

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI ERA
DIGITAL**

**(Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Krian Kabupaten
Sidoarjo)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Sosiologi**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

**MAHARIPTA REZHA PRAYITNO
NIM. I73217035**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
2021**

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Maharipta Rezha Prayitno

NIM : I73217035

Jurusan Prodi : Sosiologi

Judul Skripsi : Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain
3. Apabila skripsi ini kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 04 Maret 2021

Yang Menyatakan



Maharipta Rezha Prayitno

NIM: I73217035

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap peneliti skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Maharipta Rezha Prayitno

Nim : I73217035

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: **“Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo)”**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Sidoarjo, 04 Maret 2021

Dosen Pembimbing



Amal Taufiq, S.Pd., M.SI
NIP. 197008021997021001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Maharipta Rezha Prayitno dengan judul: “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo)” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan tim penguji pada tanggal

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



(Amal Taufiq, S.Pd, M.Si)

197008021997021001

Penguji II



(Dr. H. Muhammad Shodiq, M.Si)

197504232005011002

Penguji III



(Dr. Warsito, M.Si)

195902091991031001

Penguji IV



(Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I)

197706232007101006

Surabaya, 10 September 2021

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Akh. Muzakki, Grad. Dip. SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D

NIP.197402091998031002



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maharipta Rezha Prayitno

NIM : 173217035

Fakultas/Jurusan: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Sosiologi

E-mail address : rezhaprayitno@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi

yang berjudul :

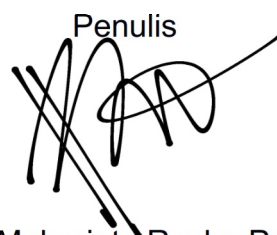
“Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo)”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Mei 2022

Penulis


(Maharipta Rezha Prayitno)

ABSTRAK

Maharipta Rezha Prayitno, 2021, Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo). Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Strategi, Pedagang, Digital.

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji bagaimana keberadaan pedagang konvensional di era digital dan bagaimana strategi bertahan pedagang konvensional di era digital. Dari rumusan masalah yang telah disebutkan terdapat sub bab pembahasan didalamnya, antara lain pembahasan mengenai lama usaha berjalan, penurunan pedagang, pengaruh *online shop*, dan strategi bertahan para pedagang yang ada di Pasar Krian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi para pedagang konvensional di era digital.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif jenis data deskriptif dan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teori yang digunakan dalam analisis fenomena pada para pedagang di Pasar Krian adalah teori modal sosial milik Robert D Putnam.

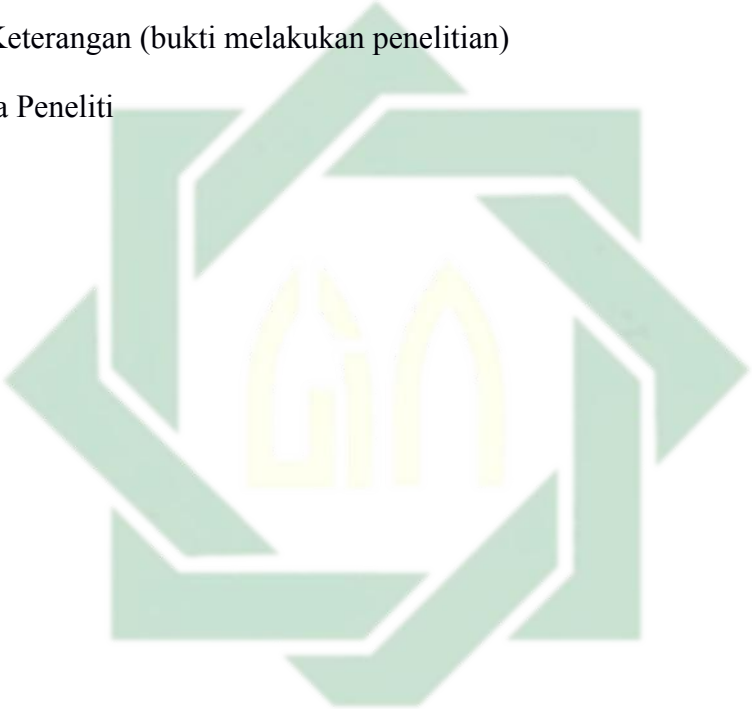
Dari hasil penelitian ditemukan bahwa (1) keadaan pedagang konvensional di era digital mengalami penurunan pembeli dikarenakan penurunan pengunjung di Pasar Krian. Penurunan ini disebabkan karena adanya sistem perdagangan yang baru sehingga membuat persaingan perdagangan semakin berat ditambah dengan kemajuan masyarakat membuat perdagangan secara konvensional mulai ditinggalkan. (2) Banyak strategi yang dilakukan untuk dapat bertahan dalam perubahan zaman, namun yang paling ditekankan adalah modal sosial. Dimana para pedagang mematuhi segala norma-norma masyarakat dengan bersikap ramah kepada pelanggan berbicara dengan sopan, menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta menjalin kerja sama baik antara pedagang pasar dan kerjasama diluar pasar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Konseptual.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II.....	12
STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI ERA DIGITAL DAN TEORI MODAL SOSIAL ROBERT D PUTNAM.....	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Perdagangan Konvensional dan Digitalisasi.....	30
C. Teori Modal Sosial Robert D Putnam.....	30
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN.....	45

A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
C. Pemilihan Subjek Penelitian.....	47
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
F. Teknik Analisis Data.....	56
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	58
BAB IV.....	61
SETRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Krian Sidoarjo)	61
A. Gambaran Umum Penelitian.....	61
1. Deskripsi Lokasi Pasar Krian Sidoarjo.....	58
2. Letak Geografi Pasar Krian.....	64
3. Pembagian Tempat Pedagang.....	66
4. Jenis Bangunan dan Ukurannya.....	67
5. Jenis-Jenis Pedagang di Pasar Krian.....	68
6. Sarana dan prasarana pasar Krian.....	70
7. Keadaan sosial pedagang pasar Krian.....	71
8. Agama pedagang di pasar Krian.....	72
9. Perekonomian pedagang dipasar Krian.....	72
10. Struktur organisasi.....	73
11. Tugas Pokok dan Fungsi PD Pasar Krian Sidoarjo.....	74
B. Keberadaan pedagang konvensional di Pasar Krian.....	75
1. Lama Usaha Berjalan.....	79
2. Penurunan Pedagang di Pasar Krian.....	84
3. Pengaruh Online Shop.....	89
C. Setrategi Bertahan.....	97
D. Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo (Ditinjau Dari Teori Modal Sosial).....	105
BAB V.....	112

PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Dokumen lain yang relevan	
2. Surat Keterangan (bukti melakukan penelitian)	
3. Biodata Peneliti	



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital masyarakat semakin dimudahkan dalam melakukan berbagai hal. Kemajuan teknologi yang begitu pesat membuat aktivitas manusia sudah tidak bisa di batasi oleh ruang dan waktu. Hal ini disebabkan, karena kemajuan teknologi yang menyelimuti segala bidang kehidupan manusia baik di bidang sosial, budaya, pendidikan, maupun ekonomi. Kemajuan dan kecangihan internet (dunia maya) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi cepat berkembangnya teknologi. Internet tidak hanya merupakan sumber informasi namun juga menjadi salah satu sarana informasi dan transaksi. Saat ini internet bukan hanya menjadi sebuah tren, melainkan telah menjadi kebutuhan penting bagi kehidupan manusia dalam sehari – hari.

Pengguna internet (dunia maya) di dunia terus mengalami peningkatan, tidak terkecuali di Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang begitu besar. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)¹, sejak tahun 2000-2015 (16 tahun) pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 139 juta pengguna dari yang sebelumnya hanya 2 juta pengguna. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai peringkat ketiga untuk jumlah pengguna

¹Nurhayati Lubis, *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Petisah Kota Medan Sumatra Utara)*, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan 2019, 1.

internet terbanyak di Asia. Mobilitas yang tinggi ini telah didukung dengan perkembangan *IDevice* seperti tablet, *nootbook*, maupun *smartphone* yang membuat pengguna internet dapat mengakses internet dimanapun dan kapanpun, hal ini yang melahirkan era media sosial.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan mencari berita, belakangan media sosial juga digunakan untuk perdagangan. Saat ini daya saing ekonomi dalam perdagangan adalah persaingan berbasis ekonomi global. Semakin menipisnya batas – batas kegiatan ekonomi atau perdagangan secara nasional, namun semakin menglobal dan melibatkan banyak Negara, ekonomi global juga membuat lingkungan persaingan antar usaha semakin kompleks.² Salah satu sistem perdagangan global yang saat ini berkembang yaitu *E-Commerce* (perdagangan elektronik). *E-Commerce* merupakan salah satu pesaing pedagang konvensional di era modernisasi

Dengan adanya sistem belanja dan sistem perdagangan baru menyebabkan pedagang konvensional harus lebih mempertimbangkan kembali strategi bertahan untuk mengatasi perkembangan *E-Commerce* yang semakin meluas³. Perdagangan konvensional merupakan kegiatan jual – beli yang dilakukan secara fisik, transaksi yang dilakukan secara langsung dengan pertemuan penjual dan pembeli tidak secara virtual. begitu pula dengan alat

²Michael Hitt A, Irland, R. Duanne, dan Hoskisson, *Manajemen Strategis, Konsep Daya Saing dan Globalisasi*, (Jakarta: Penerbit Selemba Empat, 2001), 6.

³ Nurhayati Lubis, *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Petisah Kota Medan Sumatra Utara)*, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan 2019, 9-10.

tukar yang masih menggunakan bentuk fisik berupa media kertas dan tidak dengan uang digital. Seperti halnya di pasar tradisional, minimarket, dan mall yang masih menggunakan sistem perdagangan konvensional.

Pasar tradisional selama ini sudah menyatu dan merupakan wadah paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari – hari. Dengan seiring berkembangnya zaman pasar tradisional juga terus berkembang dan berkompetisi mempertahankan eksistensinya. Namun strategi yang digunakan oleh para pedagang konvensional di pasar tradisional cenderung tetap dan tidak ada perubahan dari waktu ke waktu. Tidak seperti pasar modern atau *E-Commerce* yang memiliki banyak strategi berdagang dan cenderung berubah – ubah dari waktu ke waktu seperti adanya *discount* akhir tahun, *discount* hari besar seperti hari raya Idul Fitri dan hari raya natal, potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu, hingga beli satu dapat dua (*buy one get two*). Hal ini yang membuat pasar berbasis modern mengalami banyak sekali perkembangan dibanding dengan pasar tradisional. Tidak semua pedagang konvensional di pasar tradisional bisa melakukan berbagai macam strategi dagang seperti yang dilakukan oleh pasar modern atau *E-Commerce*. Hal ini menyebabkan penurunan pendapatan para pedagang pasar tradisional Krian Sidoarjo.

Selain kemajuan zaman atau yang sering disebut dengan modernisasi, penurunan pendapatan pedagang di pasar Krian juga disebabkan karena ada pandemi Virus Corona. Virus Corona telah masuk di Indonesia sekitar awal Maret tahun lalu, dan sampai sekarang pandemi ini belum juga menemukan

titik terang. Telah di temukan beberapa Vaksin Virus namun pembagian yang belum merata membuat perekonomian belum pulih seutuhnya. Masyarakat hanya bisa pasrah untuk hidup berdampingan dengan pandemi (*New Normal*). Namun masyarakat diharuskan untuk tetap waspada, hal ini menyebabkan adanya kebijakan – kebijakan *New Normal* di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Pasar Krian pun tak terlepas dari adanya kebijakan *New Normal* seperti adanya tempat pencucian tangan, menggunakan masker baik pedagang dan para pembeli, hingga kebijakan tentang oprasional pasar. Jam oprasional pasar dibagi menjadi 2 (dua), yaitu pukul 04.00-11.00 WIB dan Pukul 16.00-20.00 WIB. Dalam suatu wawancara dengan salah satu pedagang di pasar Krian, ia mengaku bahwa kebijakan tentang jam oprasional pasar sangat berdampak negatif bagi omset mereka. Berkurangnya jam oprasional pasar membuat kesempatan mereka untuk mendapat pelanggan menjadi berkurang. Salah satu pedagang juga menyebutkan adanya pandemic mereka bisa mengantongi omesek sekitar 300-400 ribu dalam sehari. Namun setelah adanya pandemic dan kebijakan *New Normal* mereka hanya mendapatkan omset sekitar 100 ribu dalam sehari, bahkan tidak jarang mereka tidak mendapatkan penghasilan sama sekali⁴.

Perbaikan fasilitas pasar dilakukan beberapa bulan terakhir, seperti pelebaran lorong tempat para pembeli berlalu-lalang, pengusuran yang dilakukan di depan pasar sehingga memperbanyak lahan parkir dan tidak

⁴ Realita.co, PSBB Diberlakukan, Omzet Pedagang Pasar Krian Terjun Bebas diakses pada 7 Maret 2021
<http://www.realita.co/psbb-diberlakukan-omzet-pedagang-pasar-krian-terjun-bebas>

menyebabkan kemacetan, serta penambahan penerangan pasar yang diharapkan dapat menambah kenyamanan pasar dan menarik pengunjung pasar dan meningkatkan pendapat para pedagang di pasar Krian.

Pasar Krian dipilih karena pasar Krian merupakan pasar terbesar nomer 2 di Kabupaten Sidoarjo. Di dalam pasar Krian terdapat berbagai pedagang yang menjual perlengkapan *Fashion*, emas, makanan kering, perlengkapan kecantikan, dan penjualan kuliner. Sistem penjualan di pasar Krian merupakan sistem penjualan eceran dan juga grosir. Pasar Krian juga memiliki tempat yang strategis, yaitu terletak disebelah jalan raya penghubung antar kota. Pasar Krian menjual kebutuhan masyarakat dalam satu wilayah, hal ini yang membuat Pasar Krian dapat bersaing dengan Pasar Modern ataupun toko online yang menjual berbagai kebutuhan dalam satu toko. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui bagaimana pedagang konvensional di Pasar Krian Sidoarjo mampu mempertahankan usahanya ditengah era modernisasi. Dengan adanya fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keberadaan pedagang konvensional di era digital?
2. Bagaimana strategi bertahan pedagang konvensional di era digital?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan pedagang konvensional di era digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan referensi akademik, khususnya pada Prodi Sosiologi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital.

2. Secara Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pembaca baik di kalangan akademis maupun bagi masyarakat umum tentang Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang ini melakukan penelitian dengan konsep perdagangan.

- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang untuk bisa mempertahankan usahanya.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi masyarakat secara umum.

E. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini perlu sekiranya diberikan pengertian mengenai hal-hal yang akan di teliti. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan pemahaman serta meminimalisir kesalah paham dalam mengartikan suatu istilah.

1. Strategi Bertahan

Strategi bertahan adalah pola-pola berbagai usaha yang di rencanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi syarat yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Pola-pola disini merupakan pola-pola tindakan atau prilaku.⁵ Dalam sunia bisnis atau usaha strategi sangat dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah di terapkan oleh suatu perusahaan, maupun untuk sarana dan tujuan baik tujuan yang bersifat sementara ataupun tujuan yang bersifat jangka panjang.

Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi

⁵ Ahimsa Heddy Shri, Ekonomi, Moral Rasional dan Politik Dalam Industri Kecil di Jawa, Esai-Esai Antropologi Ekonomi,(Yogyakarta: Kepel Press,2003), 12.

dirinya yang bernilai atau dianggap bernilai. Baik yang bersifat material maupun non material.

2. Pedagang Konvensional

Pedagang konvensional merupakan sebuah sistem perdagangan yang sudah ada sejak jaman dulu, usaha yang dilakukan dengan menjual barang dan jasa secara langsung dan tanpa perantara. Pedagang konvensional biasanya menjual barang dagangan dengan memiliki atau menyewa toko yang dapat terlihat secara fisik, dimana pembeli dapat langsung untuk memilih, melihat dan membeli barang atau jasa yang mereka butuhkan. Pedagang konvensional sering di temukan di pasar tradisional, pasar modern seperti minimarket, dan juga di *mall*.

Dalam penelitian ini yang dimaksud pedagang konvensional adalah para pedagang yang menjual dagangan secara langsung dan memiliki tempat berjualan secara nyata. Pada penelitian ini lebih memfokuskan pada 3 orang pedagang pakaian, 2 orang pedagang peralatan rumah tangga, dan 1 orang pedagang kaki lima.

3. Digitalisasi

Digitalisasi merupakan suatu proses peralihan dari bentuk tercetak menjadi bentuk elektronik, secara harfiah digitalisasi sendiri berarti mengubah segala sesuatu menjadi digital alias memanfaatkan teknologi.⁶

⁶ Neneng Asaniyah. *Pelestarian Informasi Koleksi Langka : Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi*, Jurnal Pustakawan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2017.

Digitalisasi sendiri memerlukan beberapa peralatan seperti gadget, notenook, computer, software pendukung, wibesite, dan yang paling utama adalah jaringan internet. Digitlisasi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, bahkan telah merubah beberapa pekerjaan yang dulu dilakukan secara manual menjadi sistem yang otomatis.

Dalam perdagangan, modernisasi ditandai dengan berubahnya sesuatu yang bersifat fisik menjadi non fisik, Seperti interaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang dengan pembeli sekarang dapat dilakuakn secara virtual (non fisik). Selain itu Karena kemajuan teknologi masyarakat menjadi semakin dimudahkan, adanya perdagangan global yang tidak memiliki batasan membuat perdagangan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Digitalisasi dalam penelitian ini merupakan perubahan jenis perdagangan dari yang bersifat nyata menjadi perdagangan yang bersifat digital seperti *online shop* (Grup Whattsup, Grup Facebook, dll) dan *e-commerce* (Shopee, tokopedia, Lazada, Bukalapak,dll).

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini diuraikan menjadi beberapa bab dan sub bab untuk memudahkan dalam penulisan agar runtut dan mudah dipahami. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut:

1. **Bab I Pendahuluan:** Peneliti memberikan gambaran tentang latar belakang masalah fenomena strategi bertahan pedagang konvensional di

era digital, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

2. **Bab II Kajian Teoretik:** Meliputi penelitian terdahulu yang relevan (referensi hasil penelitian oleh peneliti terdahulu yang mirip dengan kajian peneliti), kajian pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah fenomena pedagang konvensional di era modernisasi, dan kajian teori (teori Modal Sosial Robert D Putnam).
3. **Bab III Metode Penelitian:** Peneliti memberikan gambaran tentang metode penelitian sebagaimana diantaranya yaitu, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan teknik pemeriksaan keabsahan data, data-data tersebut diperoleh dari pedagang konvensional di pasar tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo. Penyajian data dapat berupa tertulis atau dapat juga disertakan gambar. Sedangkan analisis data dapat di gambarkan berbagai macam data-data yang kemudian ditulis dalam analisis deskriptif.
4. **Bab IV Penyajian Data Dan Analisis Teori:** Peneliti menyajikan data hasil penelitian “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo)” dan dianalisis menggunakan teori Modal Sosial.
5. **Bab V Penutup:** Peneliti menuliskan kesimpulan dari permasalahan dalam penelitian strategi bertahan pedagang konvensional di era

modernisasi, dan memberikan rekomendasi atau saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI ERA DIGITAL DAN TEORI MODAL SOSIAL ROBERT D PUTNAM.

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan strategi bertahan pedagang konvensional sudah banyak yang dilakukan baik di dalam maupun di luar negeri. Dengan banyaknya penelitian yang dilakukan, mengindikasikan bahwasannya topik yang diangkat menarik dan layak untuk kemudian diteliti.

1. Penelitian yang pertama oleh Dian Sukma Dewi, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro pada tahun 2018 dengan judul “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)”⁷. penelitian ini membahas tentang dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang pasar tradisional.

Dalam penelitian ini penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional terjadi karena kurangnya pelayanan yang baik. Selain itu fasilitas pasar tradisional, seperti pengaturan pencahayaan, pengaturan udara, kebersihan, penataan lokasi yang sesuai dengan jenis barang, hingga akses lorong untuk berlalu lalang antar pembeli dinilai kurang

⁷Dian Sukma Dewi. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro 2018.

mempunyai daya saing, sehingga menjadi faktor turunnya pendapatan para pedagang di pasar tradisional.

Persamaan : ada persamaan dari penelitian ini, yaitu sama-sama membahas tentang pasar tradisional dan modernisasi.

Perbedaan : penelitian ini lebih memfokuskan kepada faktor-faktor yang memengaruhi turunnya pendapatan para pedagang dipasar tradisional. Sedangkan penelitian yang digarap oleh penulis lebih memfokuskan pada strategi yang digunakan para pedagang untuk bertahan dari perubahan zaman.

2. Penelitian kedua oleh Atikah Marwa Nasution Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2018 dengan judul "Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran (Studi Kasus: Pedagang Pasar Jumbatan Dua, Tambora Jakarta Barat)".⁸ penelitian ini membahas tentang bagaimana jaringan sosial pedagang Jembatan Dua dengan warga Kalijodo sebelum dan setelah penggusuran di Kalijodo.

Penelitian ini juga menjelaskan pentingnya modal sosial di era modern ini. Terbukti dengan terputusnya jaringan sosial antara masyarakat Kalijodo dengan pedagang di Jembatan Dua yang disebabkan karena adanya penggusuran yang dilakukan oleh

⁸ Atik Marwa Nasution. *Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Strategi Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran (Studi Kasus Pedagang Pasar Jembatan Dua, Tambora Jakarta Barat)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2018.

pemerintah kota Jakarta, namun para pedagang Jembatan Dua masih bisa bertahan. Hal ini disebabkan karena adanya modal sosial *bonding* Dan *bridge*, dimana hubungan dengan sesama para pedagang dan pelanggannya termasuk kedalam hubungan kekeluargaan dan rasa kekeluargaan itu mendorong mereka untuk saling tolong-menolong satu sama lain.

Persamaan : ada persamaan dalam penelitian ini, yaitu sama membahas tentang strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional.

Perbedaan : permasalahan dari penelitian ini disebabkan karena adanya penggusuran yang dilakukan di kawasan Kalijodo sehingga terjadi penurunan pendapatan para pedagang Jembatan Dua. Sedangkan penelitian penulis memiliki permasalahan yang disebabkan karena adanya perubahan zaman.

3. Penelitian ketiga oleh Nur Ganesha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Jember pada tahun 2013 dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional Bidang Fesyen Dalam Menghadapi Modernisasi Pasar di Pasar Pamenang Kabupaten Kediri”.⁹ Penelitian ini membahas mengenai strategi yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional Pemenang.

⁹ Nur Ganesha. *Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional Bidang Fesyen Dalam Menghadapi Modernisasi Pasar di Pasar Pemenang Kabupaten Kediri*, Artikel Ilmiah Penelitian Mahasiswa 2013.

Penelitian ini menjelaskan bahwa untuk bertahan dalam perkembangan zaman, selain fasilitas pasar yang dikembangkan namun juga pengetahuan para pedagang tentang trend model-model *fashion*. Selain itu strategi lokasi penjualan, pemasaran, penentuan harga, dan pilihan barang yang dijual juga mempengaruhi minat beli pelanggan.

Persamaan : penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi bertahan pedagang untuk tetap bertahan dalam perubahan zaman.

Perbedaan : penelitian ini lebih fokus terhadap penjualan *fashion* sementara peneliti memfokuskan pada berbagai bidang yang dijual di pasar tradisional.

4. Penelitian keempat oleh Nur Faeni Ulyati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2015 dengan judul “Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Lebak Sia Tegal)”.¹⁰ Penelitian ini membahas mengenai strategi yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional Lebaksiu.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwa hendaknya para pedagang didasari dengan itikad baik untuk saling kerjasama dan

¹⁰ Nur Faeni Ulyati. *Strategi Pemasaran Pasar Tradisionall Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Lebaksiu-Tegal)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015.

menguntungkan antara para pihak yang bersangkutan, sehingga tidak ada pihak yang merasa tidak diuntungkan.

Persamaan : persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan yang sama, yaitu seputar strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional.

Perbedaan : penelitian ini lebih memfokuskan pada hubungan yang dilakukan antara pedagang dengan pedagang, atau pedagang dengan pembeli apakah sudah memenuhi syariat islam. Sedangkan peneliti memfokuskan modal sosial apa saja yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional untuk strategi perdagangan.

5. Penelitian kelima oleh Al Fadilla Darma Nasri Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Bengkulu)”.¹¹ Penelitian ini membahas tentang penggunaan *E-Commerce* sebagai strategi perdagangan usaha mikro kecil dan menengah di kota Bengkulu. Dari penelitian ini dapat dinyatakan bahwa *E-Commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di kota Bengkulu.

¹¹ Al fadilla Darma Nasri. *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Bengkulu)*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu 2020.

Persamaan : Persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan yang sama dan disebabkan oleh adanya digitalisasi di masyarakat.

Perbedaan : Penelitian ini lebih memandang adanya hubungan dan dampak positif yang disebabkan oleh digitalisasi terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sedangkan penelitian penulis lebih fokus kepada dampak negative yang disebabkan oleh digitalisasi terhadap para pedagang di pasar tradisional Krian.

6. Penelitian ke enam oleh Muhammad Alvi Saputra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2019 dengan judul “Eksistensi UMKM Pada Era Market Place (Studi Kasus Pasar Tanah Abang)”.¹² Penelitian ini membahas tentang pendapatan UMKM secara offline dan online. Dalam penelitian ini sistem online memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM, namun dampak yang disebabkan dari adanya sistem online tidak berpengaruh untuk membuat UMKM meninggalkan toko atau pasar dan beralih membuka toko online.

Selain itu penelitian ini juga menjelaskan adanya perbedaan jumlah konsumen pasar tanah abang. Jumlah konsumen offline atau yang datang secara langsung ke toko lebih mendominasi dibandingkan dengan jumlah konsumen yang melakukan transaksi secara online.

¹²Muhammad Alvi Saputra, *Eksistensi UMKM Pada Era Market Place (Studi Kasus Pasar Tanah Abang)*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019.

Persamaan : Persamaan dari penelitian ini adalah pembahasan tentang dampak dari adanya *market palace* yang disebabkan oleh digitalisasi.

Perbedaan : Perbedaan penelitian ini terletak pada perbandingan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah secara offline dan online yang dijadikan sebagai fokus penelitian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih memfokuskan pada perbandingan sebelum dan sesudah adanya digitalisasi dimasyarakat, selain itu strategi apa yang dilakukan oleh pedagang pasar untuk mampu bertahan dalam maraknya perdagangan yang dilakukan secara online.

B. Perdagangan Konvensional dan Digitalisasi

1. Perdagangan Konvensional

Konvensional merupakan segala bentuk sesuatu hal yang sifatnya mengikuti segala kebiasaan atau adat yang secara umum telah sering dipergunakan serta dapat di terima secara umum. Konvensional sendiri berasal dari kata konvensi yang memiliki arti suatu kesepakatan yang dibuat oleh sekumpulan individu dalam suatu wadah (komunitas maupun organisasi) dalam ruang lingkup yang luas dan keberadaannya telah di sepakati sejak lama, sehingga tercipta suatu kesepakatan bersama¹³. Kebiasaan manusia yang di sepakati secara bersama dan dilakukan terus

¹³ KBBI. Konvensional diakses pada tanggal 8 maret 2021 <https://kbbi.web.id/konvensional>

menerus menciptakan suatu adat istiadat, sesuatu yang dilakukan sesuai dengana dat ini lah yang disebut dengan konvensional. Kebiasaan yang dilakuakn oleh manusia meliputi banyak bidang kehidupan manusia itu sendiri. Mulai dari bidang pengobatan, pendidikan, persenjataan, termasuk juga bidang ekonomi masyarakat. dalam bidang ekonomi, perdagangan merupakan suatu sitem yang tercipta sejak lama.

Manusia sudah mengenal sistem perdagangan jauh sebelum tercipta uang. Bahkan rute perdagangan telah tercipta sejak 3000 Sebelum Masehi. Rute perdagangan yang dikenal dengan Jalur Sutra yang menghubungkan dari Timur menuju ke Barat (Eropa) yang digunakan oleh bangsa Sogdias untuk berdagang rempah-rempah dan juga perhiasan seperti emas dan sutra¹⁴. Pada masa itu perdagangan dilakukan dengan menggunakan sistem barter. Barter merupakan suatu kegiatan dagang yang dilakukan dengan cara tukar menukar suatu barang dengan barang lainnya, namun proses pembayarannya tidak dilakukan dengan uang melainkan dengan barang¹⁵. Hal ini di dasari dengan adanya suatu perjanjian yang melibatkan kedua belah individu atau kelompok untuk saling menukarkan suatu barang dengan nilai yang setimpal dengan suatu barang yang lainnya.

Perdagangan terus mengalami perkembangan hingga pada tahun 570-546 SM. Bangsa Lydia menciptakan alat tukar uang karena sistem

¹⁴ Skripsi Khairin Ulyani Taigan. Implikasi Penerapan Sistem *One Blrt One Road* (Jalur Sutra Tiongkok) Terhadap Perdagangan Internasional Indonesia, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan 2017, 13.

¹⁵ Skripsi Avi Nela Vitria. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Barter (Studi KAsus di Desa Benowo KecamatanBener Kabupaten Purworejo), Skripsi Institusi Agama Islam Negeri Salatiga 2017, 24.

barter yang mengalami kesulitan dalam perdagangan¹⁶. Hal ini terjadi karena kebutuhan masyarakat yang semakin banyak dan kompleks, sehingga suatu individu atau kelompok membutuhkan individu atau kelompok lainnya. Setelah tercipta alat tukar uang, perdagangan semakin banyak dilakukan di berbagai wilayah di dunia, tak terkecuali di Indonesia. Letak Indonesia yang berada di wilayah strategis yaitu terletak antara dua benua (benua Australia dan Asia) dan diantara dua samudra (Samudra Pasifik dan Samudra Hindia) menyebabkan Indonesia berada di tengah jalur perdagangan. Selain itu Indonesia menjadi sumber komoditas berharga pada masanya, karena Indonesia terletak di wilayah katulistiwa yang menyebabkan Indonesia banyak sekali menghasilkan komoditas dagang internasional¹⁷.

Seperti pasar tradisional yang sampai sekarang masi menggunakan sistem jual beli secara langsung. Jual beli sendiri merupakan suatu proses pertukaran antara barang dengan barang. Produksi dan pemasaran adalah faktor utama dari suatu usaha. Semua usaha berupaya memproduksi dan mendistribusikan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pasar. Perdagangan merupakan semua sistem yang bersangkutan dengan aktivitas kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, menawarkan, dan menyalurkan suatu barang ataupun jasa yang dapat melayani kebutuhan para pembeli. Pendistribusian merupakan suatu

¹⁶ Ahmad Mujahidin. *Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persaja, 2007), 48.

¹⁷ Aisyah Syafiera. Perdagangan di Nusantara Abad Ke-16, Jurnal Pendidikan Sejarah, Vol 4, No.3 (2016).

saluran yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan barang hingga sampai ke konsumen¹⁸. Dapat diartikan secara umum bahwa pemasaran merupakan suatu cara sosial untuk menciptakan dan menawarkan suatu barang yang dijadikan sebagai kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan dari pelanggan untuk memberikan kesenangan yang maksimal¹⁹.

Agar perdagangan tepat sasaran maka di butuhkan strategi pasar yang harus disiapkan sejak awal. Unsur-unsur strategi perdagangan sebagai berikut²⁰:

Unsur Strategi Pasar :

1. Segmentasi pasar : tindakan yang dilakukan dengan menandai serta membentuk konsumen secara terpisah. Setiap konsumen di pisah berdasarkan karakteristik kebutuhan produk.
2. *Targeting* : suatu tindakan yang dilakukan untuk menyeleksi satu atau lebih bagian yang akan dimasuki.
3. *Positioning* : memilih posisi pasar yang bertujuan untuk membentuk dan mempromosikan kelebihan suatu produk usaha kepada para pembeli.

Unsur Taktik Persaingan :

1. Produk : suatu bentuk barang ataupun jasa yang memiliki nilai harga, nilai kepuasan, serta manfaat kepada para konsumennya.
2. *Price* : harga merupakan nilai yang di berikan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, namun harga memiliki sifat yang tidak pasti dan dapat berubah dari waktu ke waktu. harga suatu produk sendiri di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti, harga bahan baku, nilai produksi, nilai pemasaran, pajak pemerintah, dan beberapa faktor lain yang tak terduga seperti

¹⁸Swastha dan Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ke Tiga*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 200.

¹⁹M Nur Rianto Al Arif. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 6.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 168-169.

jumlah barang dan peminat yang tidak seimbang, persaingan dagang, dan lain sebagainya²¹.

3. Promosi : suatu tindakan yang dilakukan untuk menginformasikan dan menawarkan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk mempengaruhi minat konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk dengan keinginan dan kebutuhannya²².
4. *Palace* : saluran distribusi merupakan sebuah penghubung antara para pembeli dengan penjual yang memindahkan sebuah barang baik secara nyata maupun milik dari tangan produsen sampai tangan konsumen²³.

Dalam bahasa arab perdagangan berartti *al-bai'*. *al-bai'* dapat diartikan sebagai memberikan, mengambil, atau barter. Dengan begitu *al-bai'* sendiri dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang pertukaran barang dengan barang maupun uang²⁴. Perdagangan menurut Islam merupakan suatu proses pertukaran barang tertentu dengan barang yang lain berdasarkan keikhlasan antara keduanya. Selain itu dalam pengertian lain perdagangan juga dapat diartikan dengan memindahkan hak yang dipunyai seseorang dengan hak milik orang lain berdasarkan perhitungan tertentu dan persetujuan²⁵.

2. Digitalisasi

²¹Danang Sunyoto. *Dasar Manajemen Pemasaran* (Konsep, Strategi, dan Kasus), (Yogyakarta : CAPS, 2014), 131.

²²Danang Sunyoto. *Dasar Manajemen Pemasaran* (Konsep, Strategi, dan Kasus), (Yogyakarta : CAPS, 2014), 153-154.

²³Danang Sunyoto. *Dasar Manajemen Pemasaran* (Konsep, Strategi, dan Kasus), (Yogyakarta : CAPS, 2014), 172.

²⁴Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani. *Kompilasi Ekonomi Syariah* (Jakarta : Kencana Penada Media Group, 2009), 15.

²⁵Sayyaid Sabiq. *Fiqh Sunnah*, (Bandung : PT Al-Ma'ruf, 1987), 121.

Digitalisasi ialah menggabungkan dunia fisik, biologis, dan digital dengan menggunakan proses aplikasi data yang bisa melaksanakan bermacam fungsi dari audio-visual serta komputasi. Pertumbuhan teknologi komunikasi yang modern yang bersifat memusat merupakan proses konkurasi dari segala proses evolusi media massa.²⁶ Teori digital selalu berhubungan dengan media, hal ini dikarenakan media terus berkembang bersamaan dengan majunya teknologi dari media yang lama hingga media yang terkini, sehingga memudahkan manusia dalam berbagai bidang yang berhubungan dengan digitalisasi. Adapun lima karakteristik dari digitalisasi yaitu modularitas, otomatisasi, representasi, transcoding, dan variabilitas.²⁷ Teknologi digital adalah teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga ataupun tenaga manusia. Namun cenderung pada sistem pengoprasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi ataupun code yang bisa dibaca oleh mesin. Sistem digital merupakan keberlanjutan dari sistem analog.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat menuju kemajuan globalisasi yang berdampak hampir kesemua aspek kehidupan masyarakat. Apabila pemanfaatan teknologi tidak dipergunakan secara bijak maka akan mengakibatkan pelanggaran hukum. Di era globalisasi seperti pada saat ini masyarakat menjadi sangat tergantung pada kemajuan teknologi yang dapat menciptakan berbagai kemudahan dengan jangkauan wilayah yang luas tanpa di batasi oleh batas-batas wilayah

²⁶ Eka Wenats Wuryanta, *Digitalisasi Masyarakat Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Digital dan Masyarakat Informasi*, Vol. 1, No. 2 ISSN 1829-6564, Desember 2004.

²⁷ Rustam Aji, *Digitalisasi Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*, Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01, Mei – Oktober 2016.

Negara. Internet adalah satu-satunya teknologi yang berhasil menjawab kebutuhan tersebut.²⁸

Dengan banyaknya fasilitas yang dimiliki seperti jaringan yang dapat menghubungkan keberbagai penjuru dunia, internet berhasil memasuki ke berbagai bidang kehidupan manusia. Hal ini berhasil membuat internet menjadi media informasi yang memenuhi tuntutan masyarakat. Hal yang menyebabkan revolusi digital adalah perkembangan alat elektronik digital khususnya mikro prosesor dengan kemampuan yang terus berkembang, yang memungkinkan teknologi computer dapat di alihkan ke berbagai objek yang seperti saat ini banyak digunakan yaitu ponsel pintar. Tidak kalah penting adalah perkembangan teknologi transmisi termasuk jaringan computer berakses internet dan ponsel berbasis *third-generation technology* atau 3G yang berkembang sangat pesat pada tahun 2000²⁹, juga memainkan peran utama dalam revolusi digital. Dalam waktu bersamaan media digital tersebut memenuhi masyarakat modern akan komunikasi, konektivitas online, dan informasi.

Tanda yang sangat signifikan dalam era digital saat ini adalah perkembangan yang sangat cepat pada sector teknologi dan pengetahuan. Tantangan Indonesia di era digital utamanya karena perkembangan teknologi dan informasi sangat pesat, dimana bangsa Indonesia harus berusaha menyetarakan atau mengikuti perkembangan zaman akan akan

²⁸ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), 519.

²⁹ Anjar Syafari, *Sekilas Tentang Teknologi 3G*, diakses pada tanggal 12 april 2021

perkembangan teknologi dunia. Dalam kondisi yang serba moderen Bangsa Indonesia harus mengikuti perkembangan zaman yang sekarang ini dengan cara meningkatkan kreatifitasnya dalam dunia teknologi agar dapat bersaing dengan bangsa lainnya.

Kelahiran internet pada tahun 1969 di Amerika Serikat yang diawali dengan departemen pertahanan Amerika Serikat selaku media komunikasi antar sesama pejabat pertahanan dan presiden.³⁰ Hingga sekarang internet adalah suatu teknologi yang sangat membantu kehidupan masyarakat. Dalam penelitian mengenai penggunaan internet di dunia yang dilakukan pada 31 Desember 2011 menyatakan bahwa Asia merupakan pengguna internet tertinggi di dunia dengan presentasi 44,8%, disusul dengan Amerika dengan presentasi 22,4%, lalu Eropa dengan presentasi 22,1. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia pada 2011 mencapai 55 juta orang.³¹ Internet menjadi pendukung utama dalam era digital dan global pada saat ini. Banyaknya situs website yang memiliki berbagai visi, misi, dan tujuan memberikan dasar akan pentingnya suatu teknologi, internet ke masyarakat dan perdagangan global.³²

Tidak hanya teknologi komunikasi yang berkembang pesat dalam era digital seperti saat ini, namun pertumbuhan ekonomi juga terkena

³⁰ Iman Sjahputra, *Menggali Keadilan Hukum (Analisis Politik Hukum & Hak Kekayaan Intelektual)*, (Bandung : Alumni, 2009), 66.

³¹ Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta : Andi, 2003), 11.

³² Yusran Isnaini, *Hak Cipta Dan Tantangan Di Era Cyber Space*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009), 24.

dampaknya. Semua sistem perekonomian telah berubah dari sistem konvensional menjadi sistem digital atau virtual, hal ini bertujuan untuk mempercepat efisiensi kerja, mendapatkan hasil yang lebih banyak, serta mencakup yang lebih luas. Salah satu bentuk digitalisasi dalam perdagangan adalah menjamurnya *e-commerce* di seluruh penjuru dunia. Hal ini menjadi bukti beralihnya perdagangan yang dilakukan secara langsung menjadi perdagangan yang dilakukan secara digital atau tidak langsung. *e-commerce* diartikan sebagai suatu proses penjualan, pembelian, dan pemasaran barang maupun jasa yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan computer atau komunikasi untuk melaksanakan proses bisnis.³³ Salah satu jaringan yang digunakan merupakan internet. Sementara itu Kalakota dan Whiston mengartikan *e-commerce* dari beberapa pandangan, yaitu:

1. Dari segi online, *e-commerce* merupakan suatu ruang yang dipergunakan untuk melakukan jual beli produk baik jasa maupun barang yang dilakukan melalui internet ataupun jaringan-jaringan online lainnya.
2. Dari segi pelayanan, *e-commerce* merupakan suatu alat yang berguna untuk menurunkan biaya pengiriman dan pemesanan barang.

³³McLeod Pearson, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta : Selemba Empat, 2008), 59.

3. Dari segi komunikasi, *e-commerce* merupakan suatu pengiriman informasi, produk atau jasa yang pembayarannya dilakukan melalui jaringan telepon atau jaringan lainnya.
4. Dari segi perspektif bisnis, *e-commerce* merupakan suatu teknologi yang berupa aplikasi yang bertujuan untuk mengotomatisasi transaksi bisnis.

Faktor utama yang menyebabkan menjamurnya *e-commerce* adalah kemajuan teknologi informasi khususnya pada jaringan internet. Internet adalah suatu jaringan bersifat global yang menyatukan berbagai masyarakat diseluruh dunia, sehingga terjadinya interaksi dan komunikasi antara satu dengan lainnya diseluruh dunia. Dengan adanya jaringan internet membuat suatu transaksi dapat dilakukan kapanpun dimanapun tanpa adanya batasan-batasan. Dengan begitu internet merupakan suatu infrastruktur yang ideal untuk menjalankan *e-commerce*. *e-commerce* pun menjadi istilah yang identik dengan menjalankan bisnis internet.

Transaksi bisnis dapat dilakukan secara otomatis dalam waktu yang singkat dengan menghubungkan sistem computer melalui jaringan telekomunikasi. Informasi transaksi bisnis yang diperlukan dapat tersedia kapan saja, hal ini dapat dilakukn karena pertukaran informasi dalam *e-commerce* dilakukan dalam bentuk digital. Dengan adanya bisnis secara digital, suatu usaha dapat meminimalisasi biaya pengiriman informasi. Selain itu produktifitas akan meningkat karena proses

transaksi yang dilakukan secara cepat. Hal ini menjadi solusi yang dapat dilakukan guna mengembangkan suatu usaha dalam menghadapi tekanan bisnis. *e-commerce* dapat meningkatkan produktifitas dan efisiensi biaya sehingga kemampuan usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan akan meningkat.

C. Teori Modal Sosial Robert D Putnam

Coleman merupakan seorang sosiolog dari Amerika yang banyak meneliti tentang pendidikan. Coleman menunjuk bahwa modal sosial tidak terbatas pada mereka yang kuat, namun juga bermanfaat bagi komunitas terpinggirkan dan juga orang-orang miskin. Modal sosial memperpresentasikan sumber daya karena hal ini melibatkan harapan akan resiprositas dan melalui individu dimana pun sehingga menciptakan jaringan lebih luas yang hubungannya diatur oleh tingginya kepercayaan dan nilai bersama.³⁴ Definisi modal sosial menjembatani individu, Coleman menjelaskan bahwa modal sosial sebagai aset modal individu, namun melihatnya terbangun dari ‘sumber-umbar daya structural sosial’ yang terkait dengan dua elemen pokok, yakni batas-batas actual kewajiban yang harus dijalankan dan level kejujuran lingkungan sosial. Seperti kedekatan hubungan atau kecenderungan budaya untuk meminta dan menawarkan bantuan, serta faktor-faktor yang melemahkan seperti kemakmuran dan sistem kesejahteraan. Dalam hal inilah, perspektif pilihan rasional actor harus memilih menciptakan modal sosial ketika harusnya mereka mengejar kepentingan pribadi mereka. Menurut

³⁴ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 32.

Coleman, modal sosial tidak terlahir karena aktor memperhitungkan pilihan untuk berinvestasi didalamnya, namun sebagai ‘produk sampingan dari kegiatan lain yang digunakan untuk mencapai tujuan lain’. Dengan begitu modal sosial difungsikan sebagai barang umum daripada barang pribadi.³⁵

Coleman membedakan modal sosial dari aspek hubungan yang didasarkan oleh otoritas dan rasa saling percaya. Kedua aspek tersebut menjadi dasar terciptanya jaringan kekeluargaan dan organisasi sosial. Hubungan saling percaya merupakan aspek penting dalam membangun hubungan kerjasama dengan lingkungan sosial dan jumlah kewajiban. Dalam menjalin hubungan sosial diperlukan informasi yang potensial, dalam hal ini hubungan sosial mengandung kemampuan untuk menyediakan anggotanya dengan informasi yang berguna dalam memaksimalkan daya guna. Potensi informasi sendiri merupakan salah satu dari jenis modal sosial, karena informasi dapat dikumpulkan dengan mudah melalui hubungan yang dipelihara.³⁶

Robert D Putnam merupakan salah satu ilmuwan politik yang berasal dari Amerika Serikat. Dengan menggunakan modal sosial, Putnam banyak menerangkan perbedaan-perbedaan dalam keterlibatan yang dilakukan oleh warga. Menurut Putnam, modal sosial merupakan bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, jaringan yang dapat memperbaiki

³⁵ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 41.

³⁶ Suharjo. “Peranan Modal Sosial Perbaikan Mutu Sekolah Dasar Di Kota Malang”, (PhD diss., Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 74.

kesederhanaan masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan yang terkoordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Modal sosial memberikan sumbangsi pada tindakan kolektif dengan mendorong diperkuatnya norma-norma resiprositas, memasukkan informasi tentang reputasi para aktor, memberikan fasilitas kepada aliran informasi, memasukkan keberhasilan upaya penggabungan (kolaborasi) dimasa lalu, dan bertindak sebagai cetak biru untuk kerja sama dimasa yang akan datang.³⁷

Jika Putnam dan Coleman bekerja dalam politik amerika utara dan pemikiran sosial, Pierre Bourdieu merupakan sosiolog yang sangat bergaya eropa yan tertarik pada bentuk-bentuk ketimpangan disegala bidan dan adanya kelas sosial. Bourdieu menggambarkan perkembangan dinamis struktur nilai dan cara berfikir yang membentuk dengan apa yang disebut sebagai Habitus, yang menjadi penghubung antara agensi subjektif dengan objektif. Habitus sendiri merupakan kebiasaan yang digunakan oleh aktor untuk menghadapi kehidupan sosial.³⁸

Ketika mengembangkan pemikiran tentang Habitus, Bourdieu menegaskan bahwa kelompok mampu menggunakan simbol-simbol budaya sebagai tanda pembeda yang membangun dan menandai posisi mereka dalam struktur sosial. Bourdieu menyatakan bahwa modal budaya yang dimiliki oleh seseorang bukan mencerminkan sumberdaya modal finansial, namun

³⁷ Robert, D Putnam. *Making Democracy Work: Traditions in Modern Italy*, (Princeton: Princeton University Press. 1993), 167-173.

³⁸George Ritzer dan Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Modern*. (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2004), 552.

dibangun oleh kondisi keluarga dan pendidikan disekolah. Pada batas tertentu, modal budaya dapat beroperasi secara independen dan tekanan uang sebagai bagian dari strategi individu atau kelompok untuk meraih status atau kesuksesan.³⁹

Pada awalnya Bourdieu mendefinisikan modal sosial sebagai hubungan sosial yang jika diperlukan akan memberikan dukungan-dukungan bersifat modal kehormatan dan harga diri yang seringkali diperlukan jika orang ingin mencari klien ke dalam posisi yang penting secara sosial, contohnya dalam karier bidang politik. Kemudian Bourdieu memperbaiki gagasannya memberikan kesimpulan bahwa modal sosial merupakan sejumlah sumberdaya, aktual maya yang berkumpul pada individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik pengakuan dan pengenalan yang sedikit terinstitusionalkan.⁴⁰

Istilah modal yang dipakai Bourdieu ditujukan untuk melakukan demistifikasi atas pandangan setiap individu terhadap hubungan sosial, untuk melihat bagaimana semua berfungsi sebagai strategi investasi. Modal sosial secara umum menutup pencarian laba terang-terangan yang dilakukan oleh pemiliknya, dan dengan demikian hal tersebut tidak sejalan dengan

³⁹ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 21-22.

⁴⁰ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 23.

masyarakat demokrasi yang dipadukan dalam aktivitas politik dan jurnalismenya, jika dipandang dari dimensi normatif.⁴¹

Robert D Putnam dikenal sebagai pendukung modal sosial yang paling banyak dikenal. Putnam juga mengembangkan modal sosial dari Coleman dengan menambahkan ide pokok tentang jaringan sosial yang memiliki nilai penting terhadap setiap individu. Adapun modal manusia merupakan sesuatu yang dimiliki individu yang melekat pada hubungan antar seseorang sehingga menciptakan jaringan sosial, norma timbal balik, dan kepercayaan. Putnam juga memberikan pengertiannya secara ringkas tentang 3 (tiga) elemen dalam modal sosial yaitu, norma (*norms*), jaringan (*Networks*), kepercayaan (*trust*). Ketiga elemen tersebut menjadi kesatuan yang membedakan modal sosial dengan modal-modal yang lainnya.⁴² Elemen pokok dalam modal sosial yaitu:

1. Kepercayaan

Menurut Putman modal sosial terbentuk dari kepercayaan, kepercayaan akan membangun sebuah perjanjian masyarakat melalui “norm or reciprocity” dan “norma of civic engagement”.

Kepercayaan akan muncul ketika suatu ikatan dalam suatu kelompok semakin tinggi kemungkinan terjalinnya kerjasama dan akan berjalan dengan lama. Dengan adanya kepercayaan akan mudah mendapatkan akses untuk mendapatkan sumber daya, jaringan

⁴¹ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 26.

⁴² John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 56.

dengan tingkat kepercayaan tinggi pula yang berfungsi melancarkan hubungan. Tindakan kolektif yang didasari saling percaya akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk dan dimensi terutama dalam konteks kemajuan bersama. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial.

Hasil penelitian membuktikan kepercayaan dapat meningkatkan suatu kemampuan untuk bertahan dalam keadaan sulit. Kepercayaan berawal dari adanya hubungan yang melibatkan antara dua individu maupun kelompok yang disesuaikan dengan lamanya waktu untuk membentuk kepercayaan tersebut. Kepercayaan dapat diperkuat dengan adanya norma atau aturan baik tertulis maupun tidak tertulis. Kesepakatan yang terjadi karena adanya rasa saling percaya diantara orang-orang yang terlibat didalamnya sehingga dapat membentuk suatu jaringan yang akan memperkuat strategi bertahan.

2. Norma sosial

Kumpulan aturan yang diharapkan untuk dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya terinstitusionalisasi, tidak tertulis tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sangsi sosial yang diberikan jika melanggar. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu karena merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi

perkembangan masyarakat. Oleh karenanya norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial. Norma sosial tidak bisa dipisahkan dari modal sosial, norma sosial yang merupakan komponen dari modal sosial ini memiliki keterkaitan dengan komponen lainnya seperti kepercayaan dan jaringan.

Modal sosial yang merupakan bentuk hubungan yang terjalin memerlukan suatu aturan. Dimana seseorang menjalin suatu hubungan selain untuk berinteraksi, juga memenuhi kebutuhan hingga pertukaran yang mendapatkan keuntungan dari kedua belah pihak yang terlibat. Dimana dalam suatu interaksi dan pertukaran memerlukan aturan bersama yang menuntut perilaku seseorang. Pertukaran yang dimiliki aturan mengandung hak dan kewajiban bagi para pihak yang terlibat dalam pertukaran. Dengan adanya norma ini individu-individu yang terlibat memiliki tanggungjawab menjaga norma yang terbentuk akibat pertukaran. Dimana salah satu pihak melanggar aturan yang disepakati maka orang tersebut akan kehilangan keuntungan para pihak yang terlibat. Apa bila kerjasama itu berjalan terus menerus maka akan membentuk suatu jaringan yang di dalamnya terdiri atas kepercayaan hingga saling memperoleh keuntungan, dimana keuntungan itu juga memiliki norma yang menentukan keuntungan itu.⁴³ Gagasan sentral modal sosial adalah bahwa jaringan sosial merupakan aset yang sangat

⁴³ Sholihah, F. M, *Diagnosis And Treatment Gout Arthritis. Jurnal Majority. Volume 3 Nomer 7, 2014. 46.*

bernilai. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik.⁴⁴

3. Jaringan sosial

Kemampuan sekelompok orang untuk melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial, melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas dasar prinsip kesukarelaan (*voluntary*), kesamaan (*equality*), kebebasan (*freedom*), dan keadaban (*civility*). Kemampuan anggota kelompok atau anggota masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergis akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok. Pada tingkatan individu, jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas diantara sejumlah orang dengan sifat tambahan yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu yang terlibat.⁴⁵

Pada tingkatan struktur memperlihatkan bahwa pola atau struktur hubungan sosial meningkatkan atau menghambat perilaku orang untuk terlibat dalam bermacam arena dari kehidupan sosial.

⁴⁴ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 18.

⁴⁵ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Askara, 1997), 43.

Oleh karena itu tingkatan ini memberikan suatu dasar untuk memahami bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh struktur. Jaringan sosial melihat suatu hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial merupakan bentuk gambaran atau cerminan dari kerjasama antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif. James S Coleman menjelaskan bahwa aktor individu biasanya mengejar kepentingan diri mereka sendiri, jika mereka memilih bekerjasama, itu semua karena hal tersebut menjadi kepentingannya.⁴⁶

Dari berbagai penjelasan di atas, pengertian dari modal sosial dapat dinyatakan bahwa modal sosial adalah suatu sumberdaya yang muncul dari hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik individu dengan kelompok ataupun individu dengan institusi yang dapat melahirkan ikatan emosional berupa kepercayaan, jaringan-jaringan sosial, hubungan timbal balik, dan, nilai-nilai dan norma-norma yang membentuk struktur masyarakat yang berguna untuk saling bekerjasama. Ikatan emosional tersebut dapat menjadi perekat bagi masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Modal

⁴⁶ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 39.

sosial akan tumbuh dan berkembang apabila digunakan secara bersama-sama.

Pada tahun 1996 putnam mengubah pengertian tentang modal sosial. Ia menyatakan bahwa modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial, norm, jaringan, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama untuk mencapai tujuan bersama. Tiga elemen dalam modal sosial tidak dirubah sejak tahun 1993, namun yang baru adalah identifikasi partisipan ketimbang masyarakat sebagai penerima manfaat dari modal sosial. Dalam bukunya, Putnam berpandangan bahwa inti dari pemikiran teori modal sosial, bahwa jaringan sosial memiliki nilai, kontak sosial sosial mempengaruhi produktifitas indivisdu dan kelompok. istilah tersebut merujuk pada hubungan antara individu, norma, jaringan sosial dan kepercayaan yang tumbuh dari hubungan-hubungan tersebut. Putnam juga membedakan dua jenis modal sosial meliputi⁴⁷:

1. Modal *social bonding* (mengikat)
Modal *social bonding* merupakan modal sosial yang menggabungkan beberapa individu menjadi satu secara rupa. Kelompok ini diarahkan ke dalam kelompok dan mengarah kepada identitas eksklusif dan cenderung menguatkan kesamaan kelompok. Modal Social bonding dapat membantu hubungan timbal balik dan solidaritas, serta dapat memperkuat identitas dan hubungan timbal balik.
2. Modal *social bridging* (Menjembatani)
Modal *social bridging* merupakan modal sosial yang membawa secara bersamaan orang-orang yang berbeda. Modal *social bridging* dapat digunakam sebagai jaminan kelancaran arus informasi dan untuk menghubungkan sumber daya external, serta

⁴⁷ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 51-52.

dapat menciptakan identitas dan hubungan timbal balik yang bermacam-macam.

Dari banyak penjelasan yang berkaitan tentang modal sosial dapat dikatakan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang muncul dari berbagai hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik individu dengan kelompok maupun institusi yang dapat melahirkan ikatan emosional berupa hubungan timbal balik, jaringan sosial, nilai-nilai, kepercayaan dan norma-norma yang membentuk struktur masyarakat yang nantinya berguna untuk saling berkerja sama. Dengan begitu adanya ikatan emosional ini bisa memper erat masyarakat untuk mencapai tujuan secara bersama. modal sosial akan tumbuh dan berkembang apabila dilakukan secara bersama-sama

Modal sosial dapat menjadi suatu strategi bagi masyarakat miskin, karena modal sosial juga dapat menciptakan ikatan pertemanan, kekerabatan, dan pertetanggaan yang sangat kuat dari unsur jaringan sosial. Kepercayaan dan norma yang disepakati secara bersama dan akan memberikan ruang yang cukup luas bagi masyarakat miskin untuk mengakses modal sosial. Hal ini akan mempermudah masyarakat miskin untuk mengatasi kesulitan ekonomi, sehingga membuat strategi bertahan hidup masyarakat miskin akan semakin kuat. Memanfaatkan jaringan-jaringan sosial berbasis kekerabatan atau juga pertemanan, serta ikatan-ikatan sosial yang ada disekitarnya masyarakat dapat memanfaatkan strategi yang tercipta dari modal sosial yang dimilikinya sendiri.

Penulis memakai teori Modal Sosial karena teori Modal Sosial sendiri berisikan tentang norma, jaringan, dan kepercayaan. Dalam modal sosial terbentuk dari kepercayaan yang akan membentuk suatu perjanjian sehingga menciptakan suatu jalinan kerja sama yang akan berlangsung lama, adanya kerja sama mempermudah akses untuk mendapatkan sumber daya. Norma sendiri membuat hubungan sosial akan terjaga, karena suatu hubungan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok selain bertujuan untuk berinteraksi hubungan juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan dengan cara pertukaran, sehingga semua pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan. Dengan begitu diperlukan suatu aturan untuk menjaga hak dan kewajiban bagi semua pihak. Sedangkan jaringan merupakan hubungan yang terbentuk dari banyak individu dalam suatu kelompok. Hubungan tersebut merupakan suatu gambaran dari kerja sama yang didasari dengan ikatan sosial.

Hal tersebut sangat berhubungan dengan judul yang peneliti ambil bawasanya pedagang konvensional merupakan suatu sistem perdagangan yang tradisional. Untuk bertahan dalam perubahan zaman yang semakin modern di perlukan Modal Sosial. Modal Sosial merupakan suatu sumber daya yang tercipta dari adanya interaksi. Dengan adanya interaksi dalam suatu kelompok maka akan menghasilkan ikatan emosional berupa hubungan timbal balik, kepercayaan, dan jaringan sosial, norma, dan nilai yang menciptakan struktur masyarakat dengan tujuan untuk saling bekerja sama. Ikatan emosional menjadi perekat dalam masyarakat untuk mencapai tujuan

bersama. Dengan adanya Modal Sosial maka dapat digunakan oleh para pedagang konvensional untuk dari masalah - masalah yang di hadapi serta mempertahankan usaha yang sudah dilakukan sejak lama.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yakni dengan menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik, hal ini dikarenakan dalam penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah atau natural setting. Lalu metode ini dapat juga disebut sebagai metode etnographi, hal ini dikarenakan pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian dibidang antropologi budaya.⁴⁸ Menurut Nasution pada hakekatnya penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.⁴⁹

Selain itu menurut Bogdan dan Biklen yang dimaksud penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui perhitungan statistik, prosedur kuantifikasi, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Maka dari itu penelitian kualitatif memiliki suatu prinsip untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam.

⁴⁸Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

⁴⁹Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018),1.

Tidak hanya itu saja metode ini juga dijelaskan oleh Creswell sebagaimana bahwa menurutnya pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif konstruksi seperti makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun sebuah teori atau pola pengetahuan tertentu. Atau berdasarkan perspektif partisipatori seperti orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan. Creswell juga menjelaskan bahwa didalam penelitian kualitatif pengetahuan itu dibangun melalui interpretasi terhadap multi perspektif yang beragam yang berasal dari masukan segenap partisipan yangterlibat didalam penelitian, dan tidak hanya dari seorang penelitiannya saja.⁵⁰

Jadi pada hakikatnya penelitian kualitatif adalah suatu kegiatan yang dalam cara untuk mendapatkan data yang dikaji adalah proses dan makna. Dimana yang disebut proses adalah rangkaian dari realitas sosial baik dalam bentuk tahapan maupun dalam bentuk prosedur. Kemudian yang disebut sebagai makna adalah sesuatu hal yang ada dibalik tindakan, baik itu berupa ide, gagasan ataupun pemikiran yang melandasi tindakan khusus atau tindakan sosial.

Berdasarkan kasus permasalahan yang diangkat, alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yakni karena peneliti bermaksud

⁵⁰Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 4-5.

untuk mendeskripsikan bagaimana strategi bertahan yang digunakan oleh pedagang konvensional untuk mampu bertahan dalam perubahan zaman, menggambarkan kondisi pedagang konvensional di era digital tentang hal-hal apa saja yang menjadi kendala para pedagang dalam melakukan transaksi di era digital, menguraikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang tentang menurunnya jumlah pendapatan yang mereka dapat karena mulai beralihnya masyarakat dari melakukan transaksi secara konvensional menuju transaksi secara digital dan menguraikan mengenai Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo). Dengan pendekatan ini diharapkan dalam penemuan – penemuan empiris dapat di deskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan juga lebih akurat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di kabupaten Sidoarjo tepatnya di pasar Krian, kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Sedangkan untuk waktu penelitian masih belum ditentukan hal ini dikarenakan peneliti masih dalam tahap pembuatan Proposal Seminar. Selanjutnya alasan peneliti memilih lokasi tersebut adalah:

1. Karena peneliti melihat semakin menurunnya jumlah pembeli yang berbelanja dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir.

2. Karena peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh pedagang konvensional di pasar tersebut.

C. Pemilihan Subjek Penelitian

Yang dimaksud sebagai subjek penelitian adalah informan atau sumber informasi yang mengetahui, dan memahami suatu keadaan atau fakta-fakta yang terdapat di lapangan.⁵¹ Maka subjek dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo). selain itu dalam hal ini pihak-pihak yang dapat dijadikan sumber informasi penelitian yaitu para pedagang pasar tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel.⁵² peneliti menggunakan teknik purposive sampling karena peneliti percaya bahwa informan yang terkumpul merupakan orang-orang yang paling memahami tentang fenomena yang akan diteliti. Selain menggunakan teknik purposive sampling peneliti juga menggunakan snowball sampling untuk mendapatkan data. Snowball sampling merupakan suatu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya hanya memiliki jumlah yang

⁵¹Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 145

⁵² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 97.

sedikit, dan pada akhirnya jumlahnya bertambah semakin besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit diperkirakan belum cukup dalam memberikan data yang lengkap.⁵³

D. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam metode penelitian ini harus mengetahui dan memahami apa saja yang harus ada di tahap-tahap penelitian. Adapun tahap-tahap yang harus ada di dalam penelitian kualitatif. Tahap-tahap ini terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap penggalan data, dan tahap hasil laporan.

1. Tahap Pra Lapangan

Kegiatan yang harus dilakukan dalam penelitian kualitatif dalam penelitian kualitatif, pada tahap pra-lapangan ini adalah dengan menyusun rancangan penelitian. Dengan menyusun rancangan penelitian, yang akan dilakukan adalah dengan berangkat dari permasalahan dalam lingkup peristiwa yang ada di lapangan yang terus berulang dan diamati serta diverifikasi secara nyata pada saat berlangsungnya penelitian.⁵⁴ Dalam tahap ini, peneliti selalu mengamati keseharian dari pedagang konvensional di lokasi peneliti. Karena dengan begitu peneliti akan mengetahui keseharian yang mereka lakukan saat menghadapi masalah dan mendapatkan informasi secara nyata adanya.

⁵³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 15.

⁵⁴ Albi Anggito dan Johan Setiawan, S.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 165-166.

Selain dari menyusun rancangan peneliti juga harus mengurus perizinan yang ada di tahap pra-lapangan. Pada tahap ini peneliti harus meminta izin kepada pengurus pasar karena pengurus pasar merupakan pihak yang berwenang dalam memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian dan juga persyaratan lain yang diperlukan dalam mengurus perizinan seperti surat rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik provinsi Jawa Timur dan juga surat rekomendasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sidoarjo. Selain itu dalam penelitian ini peneliti harus meminta izin kepada pedagang itu sendiri bersedia atau tidak untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Bila perlu peneliti juga memberikan bukti seperti surat perizinan ataupun identitas si peneliti.

2. Tahap Penggalian Data

Pada tahap ini peneliti harus mempersiapkan diri, baik secara fisik maupun secara mental serta harus selalu mengingat etika dalam melakukan penelitian. Sehingga peneliti hendaknya mengenal adanya latar terbuka dan latar tertutup. Latar terbuka seperti halnya di tempat-tempat yang ramai seperti lapangan, bioskop, taman, dan lain sebagainya. Dalam latar terbuka peneliti hanya bisa mengamati dan kurang bisa mengandalkan wawancara secara langsung dan menjadikan peneliti kurang bisa mengadakan hubungan secara mendalam terhadap subjek penelitian. Berbeda dengan latar tertutup peneliti lebih bisa akrab dengan subjek dan dapat melakukan

wawancara secara langsung⁵⁵ Dalam penelitian yang ditulis oleh peneliti ini menggunakan latar tertutup dengan cara mendatangi langsung lokasi penelitian di pasar tradisional Krian untuk mengamati subjek dan mewawancarai secara mendalam dan lebih banyak mendapatkan informasi.

Selanjutnya pada tahap penggalan data peneliti juga harus memperhatikan penampilan saat mengunjungi rumah informan. Penampilan yang harus diperhatikan seperti kebiasaan, adat, tata cara saat berbicara dengan informan. Oleh karena itu, peneliti adakalanya peneliti harus memahami keadaan sehari-hari subjek yang akan diteliti. Dengan tahap ini peneliti harus memahami situasi dan kondisi dari pedagang yang akan diteliti nantinya, maka pengumpulan data yang diharapkan pada latar penelitian akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan data yang sesuai dengan yang diinginkan peneliti.

Selain itu pada tahap ini perlu memperhatikan waktu atau jam pada saat penggalan data berlangsung. Hal tersebut, perlu diperhatikan karena masih ada waktu panjang lainnya yang perlu digunakan untuk menata, mengkoordinasi dan menganalisis data yang akan dikerjakan. Oleh karena itu, pihak peneliti yang dapat dilakukan pembatasan waktu agar waktu yang digunakan dilapangan dimanfaatkan seefisien dan seefektif mungkin. Peneliti menggunakan waktu pada saat informan sedang tidak sibuk mengurus pelanggan peneliti memanfaatkan untuk memperoleh data.

⁵⁵Albi Anggito dan Johan Setiawan, S.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 173-174.

3. Tahap Hasil Laporan

Pada tahap yang terakhir peneliti menyusun dari awal sampai akhir laporan dengan data yang sudah didapatkan dilapangan secara sistematis. Menyusun laporan berbeda dengan menulis artikel atau menyusun kegiatan. Menyusun laporan pada prinsipnya menyusun kembali hasil dari kegiatan, hasil pengamatan, dan hasil penelitian secara sistematis berdasarkan data yang didapatkan secara fakta dan nyata.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu bahan yang digunakan untuk menguji suatu hipotesis untuk mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu suatu penelitian yang baik ditentukan oleh data-data yang valid. Data diambil dari suatu proses yang disebut pengumpulan data. Ulber Silalahi menyatakan bahwa, pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang empiris oleh responden dengan menggunakan suatu metode tertentu.⁵⁶ Dari pengertian tersebut, proses pengumpulan data merupakan suatu proses yang mengumpulkan berbagai hal sebagai bahan penelitian.

1. Observasi

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, observasi adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan dilakukan dengan

⁵⁶ Bungin, *Metode Penelitian Sosial : Format –format Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University, 2001), 128.

cara mencatat serta mengamati secara sistematis gejala yang akan diteliti.⁵⁷ Sugiono mendefinisikan observasi sebagai suatu teknik pengumpulan data memiliki ciri spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain.⁵⁸ Sedangkan menurut Abdurrahmat Fathoni, observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati suatu obyek, dengan disertai pencatatan terhadap perilaku dan keadaan obyek yang diteliti.⁵⁹

Teknik observasi dibedakan menjadi dua, yaitu *participan observation* dan *non participant observation*. *Participant observation* atau observasi berperan serta yaitu dilakukan dengan cara peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari obyek yang diamati atau obyek yang dijadikan sumber penelitian, dengan begitu peneliti menjadi bagian dari kelompok yang diteliti. Sedangkan *non participant observation* yaitu peneliti tidak terlibat dan hanya menjadi pengamat, dengan begitu peneliti bukan merupakan bagian dari kelompok yang diteliti.

Berdasarkan jenis observasi diatas, peneliti menggunakan jenis observasi non partisipatif dalam penelitian ini. Peneliti mendapatkan latar belakang pasar, data pedagang, dan semua aspek data dengan cara observasi. peneliti harus terjun lapangan langsung dan melihat keadaan dan situasi di lingkungan pasar tradisional yang akan menjadi informan

⁵⁷ Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), 70.

⁵⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, 145.

⁵⁹ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta: Bina Ilmu, 2004), 30.

dalam penelitian ini. Agar lebih mudah mendapatkan informasi dengan jelas dan tanpa rekayasa jika dengan terjun langsung ke pasar tradisional.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk menggali suatu informasi dari obyek peneliti dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara langsung tatap muka. Wawancara memiliki dua bentuk, yaitu wawancara berencana dan wawancara tidak berencana. Wawancara berencana adalah wawancara yang dilakukan sesuai dengan pedoman wawancara yang dibuat oleh peneliti sebelum terjun lapangan. Sedangkan wawancara tidak berencana yaitu wawancara yang dilakukan secara langsung tanpa ada daftar susunan pertanyaan yang dibuat sebelumnya.⁶⁰ Dengan melakukan teknik wawancara, peneliti bisa mendapatkan data secara akurat yang berasal dari informan yang sudah dipilih oleh peneliti sebelumnya.

Teknik wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu wawancara berencana. Dengan melakukan wawancara secara langsung dengan cara menghampiri ketoko informan dan melakukan wawancara secara intens dan privasi agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan saat melakukan wawancara atau dengan mengajak ketemuan disuatu tempat dan melakukan wawancara berdua dengan santai dan nyaman ketika

⁶⁰ Bagong Suryanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2007), 70.

diajak untuk membicarakan hal yang sensitif bagi para pedagang dengan tidak lupa selalu mematuhi protokol kesehatan. Hal ini dilakukan dengan alasan karena peneliti juga harus mendapatkan informasi secara langsung dengan pihak pedagang dalam masalah strategi bertahan yang sedang dihadapinya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari “dokumen” yang memiliki arti barang-barang tertulis. Menurut Ahmad Tanzeh dokumentasi adalah suatu teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara melihat dan mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.⁶¹ Sedangkan menurut Suharsimi dokumentasi merupakan suatu metode mencari dan mengumpulkan data yang variabelnya berupa agenda, majalah, surat kabar, catatan, transkrip, prasasti, agenda, dan lain-lain.⁶²

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mempelajari berbagai sumber dokumentasi. Dalam penggunaan teknik ini peneliti yang pertama meminta izin kepada informan untuk mengambil foto bersama saat wawancara, merecord rekaman suara yang di jelaskan oleh informan, dan mengambil vidio saat sedang melakukan wawancara secara langsung kepada informan. Tetapi jika informan tidak mengizinkan peneliti untuk mengambil foto atau vidio kemungkinan peneliti hanya melakukan

⁶¹ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta: Bina Ilmu, 2004), 30.

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 45.

record atau menulis jawaban yang sudah diberikan kepada peneliti. Hal ini akan tetap menjaga privasi si informan agar tidak merasa takut dan berfikir untuk disebarluaskan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan Cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶³ Menurut Bogdan dan Biklen ada dua langkah dalam analisis data yaitu :⁶⁴

1. Analisis selama dilapangan, selama dilapangan yang dilakukan adalah:
 - a. Mempersempit fokus studi dan menetapkan tipe studi.
 - b. Mengembangkan secara terus menerus penanyaan analitik.
 - c. Menuliskan komentar peneliti sendiri.
 - d. Upaya penjajagan tentang ide dan tema penelitian pada subjek sebagai analisis penjajagan.
 - e. Membaca kembali pustaka yang relevan selama dilapangan.
 - f. Menggunakan metaphora, analogi dan konsep.
2. Analisis sesudah meninggalkan lapangan, dalam analisis yang sudah meninggalkan lapangan langkah langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

⁶³Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244

⁶⁴Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif, (Qualitative, Research, Approach)*, 52-53.

- a. Membuat kategori masalah dan menyusun kodenya.
- b. Menata urutan penelaahannya.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting dalam penelitian. Penelitian ini benar benar dapat dipenanggung jawabkan dari segala sisi jika peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat dengan teknik yang akan diuraikan dalam sub bab ini. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas empat kriteria, yaitu derajat kepercayaan, keterahlian, kebergantungan dan kepastian.

Selain itu dalam usaha menajamkan keabsahan data hasil penelitian. Maka peneliti berusaha untuk meningkatkan ketelitian dari data yang sudah di dapat (member check), melakukan penelitian kembali (reduksi) untuk pengecekan data dengan metode triangulasi, diskusi dengan teman dan diperlukan juga menggunakan bahan referensi.⁶⁵ Dalam hal ini member check dilakukan dan digunakan agar infomasi yang diperoleh dalam laporan yang diperoleh sesuai dengan apa yang dimaksud oleh sumber data responden. Lalu melakukan diskusi dengan teman atau melakukan pembicaraan dengan kolega (*peer debriefing*) memiliki suatu tujuan bahwa dalam hal ini peneliti akan membahas catatan catatan lapangan sesama mahasiswa, guru, pimpinan, atau teman lain yang dianggap mengetahui sedikit banyaknya tentang masalah yang sedang diteliti maupun tentang metodologi penelitian yang kredibilitas akademisnya sudah tidak diragukan lagi. Kemudian tujuan dari

⁶⁵Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif, (Qualitative, Research, Approach)*, 7.

penggunaan bahan referensi ini digunakan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan akan kebenaran data yang sudah terkumpul. Maka dalam hal ini peneliti biasanya memanfaatkan tape recorder untuk merekam wawancara yang sedang dilakukan.⁶⁶

Tidak hanya itu saja dalam teknik pemeriksaan keabsahan data juga dilakukan proses triangulasi. Triangulasi adalah proses pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu. Melalui proses ini peneliti berusaha untuk menghimpun data tidak hanya melalui kelompok dan anggotanya saja, akan tetapi juga bisa dilakukan dengan pihak yang terkait. Atau dalam kata lain triangulasi ini adalah suatu teknik yang memiliki suatu tujuan untuk mengecek tentang kebenaran data yang diperoleh dengan cara membandingkan data tersebut dengan data yang telah diperoleh dari sumber atau teknik yang lain. Selain itu adapun beberapa jenis triangulasi diantaranya yakni sebagai berikut.⁶⁷

1. Triangulasi Sumber

Pada triangulasi sumber digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan data yang sedang dilakukan atau diperoleh. Cara yang dapat dilakukan yakni dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

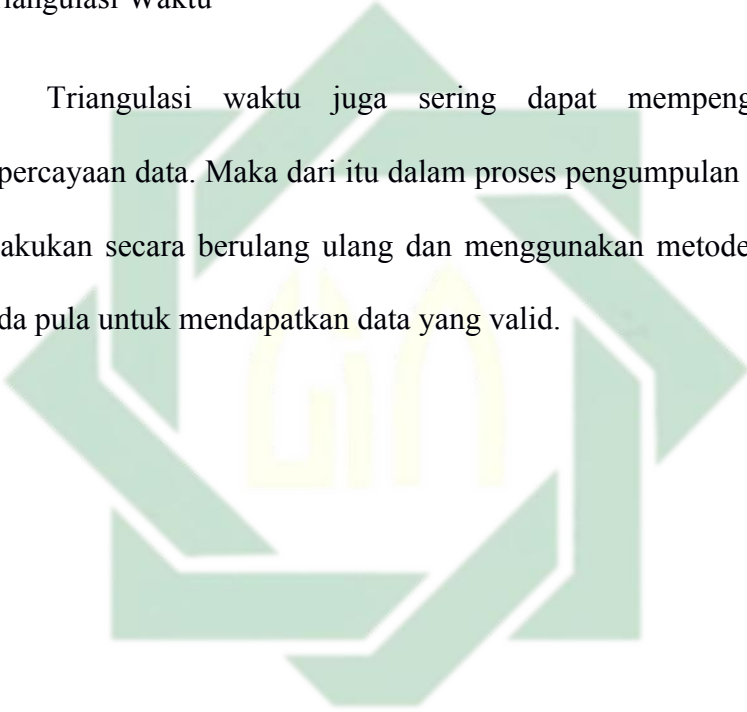
⁶⁶Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif, (Qualitative, Research, Approach)*, 55-56.

⁶⁷Bambang Rustanto. *Penelitian Kualitatif Pekerja Sosial*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015) 67.

Dalam hal ini triangulasi teknik memiliki tujuan untuk menguji tingkat kepercayaan data yang sedang dilakukan atau diperoleh. Cara yang dapat dilakukan yakni dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik pengumpulan data yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan data. Maka dari itu dalam proses pengumpulan data juga perlu dilakukan secara berulang ulang dan menggunakan metode yang berbeda beda pula untuk mendapatkan data yang valid.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

SETRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Krian Sidoarjo)

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Pasar Krian Sidoarjo

Pasar Krian merupakan pasar terbesar di kabupaten Sidoarjo. Pasar Krian dapat dikatakan sebagai pasar yang mengusung konsep tradisional atau kelas IB. dengan status pasar kelas IB ini pasar Krian memiliki beberapa fasilitas seperti area parkir luas yang jarang ditemui di pasar – pasar lain, toilet, mushola, dan tempat pembuangan sampah yang dapat menampung seluruh limbah pembuangan pasar. Pasar ini dapat dibandingkan dengan pasar lainnya di kabupaten Sidoarjo, yaitu pasar Larangan. Namun pasar krian memiliki produk yang lebih lengkap. Pasar Krian Sidoarjo beralamat di Jl. Basuki Rahmat Jl. Raya Krian No.7, Krian, Kec. Krian, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Pasar Krian merupakan pasar tradisional terbesar di kabupaten Sidoarjo setelah pasar Larangan.

Asal muasal nama pasar Krian karena lokasi pembangunan pasar yang berada tepat di Kecamatan Krian sidoarjo. Pasar Krian pasar tradisional tertua di kabupaten Sidoarjo. Pasar Krian dibangun sejak tahun 1930 oleh pemerintahan pada masa itu dan terus mengalami perkembangan hingga sekarang. Alasan dibangun pasar Krian karena lokasi Krian yang jauh dari pusat kota sehingga membuat warga mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pada masa itu. Lokasi krian dipilih karena lokasi tersebut tidak

terlalu sepi dan tidak terlalu padat pada masa pembangunannya. Berbeda dengan sekarang dimana Krian merupakan salah satu kecamatan terpadat di kabupaten Sidoarjo dengan total penduduk 139.850 penduduk yang terdiri dari 70.978 laki – laki dan 68.872 perempuan.⁶⁸

Di pasar yang memiliki tiga lantai ini, para konsumen dapat menemukan berbagai jenis barang yang dapat di beli mulai dari barang untuk kebutuhan sandang hingga untuk kebutuhan pangan. Barang – barang tersebut di bagi dalam beberapa bagian pasar. Pada bagian pertama pengunjung dapat membeli berbagai macam kebutuhan pangan seperti aneka macam daging, ikan, sayur –sayuran, buah-buahan, jajanan pasar, hingga berbagai macam rempah-rempah siap olah. Sedangkan di bagian ke dua pengunjung dapat menemukan berbagai alat-alat kebutuhan rumah tangga seperti perkakas, alat dapur, barang-barang bekas, hingga barang-barang antik. Sedangkan di bagian ketiga yang memiliki 3 lantai terdapat berbagai kebutuhan sandang. Pada lantai pertama pengunjung dapat menemukan toko emas, toko jam dan arloji, hingga berbagai macam penjual kain. Pada lantai kedua pengunjung dapat menemukan berbagai macam jenis pakaian, mulai dari kaos, daster, kemeja, celana bahan, celana jeans, tunik, dress, mukenah, baju koko, hingga berbagai macam model hijab. Sedangkan di lantai tiga pengunjung akan menemukan aneka macam tas, mulai dari tas pinggang, tas sekolah, hingga tas untuk berpergian atau traveling.

⁶⁸ Badan Pusat Statistik

Pasar ini memiliki banyak pengunjung karena letak lokasi pasar yang sangat strategis. Yaitu terletak di sebelah jalur nasional yang menghubungkan Surabaya-Jakarta melalui melalui jalur selatan. Selain itu letak lokasi yang berada di pusat kecamatan Krian membuat pasar ini diapit dengan 4 kota madya, yaitu Surabaya, Mojokerto, Gresik, dan Sidoarjo sehingga banyak konsumen yang berasal dari luar wilayah Krian. Akses pasar Krian juga dapat dilalui melalui Jalan Basuki Rahmat, Jalan Ki Hajar Dewantara, Jalan Imam Bonjol, Jalan Raya Legundi, dan berbagai jalan lainnya, yang artinya pasar Krian dapat di akses dari jalan mana saja.

Walaupun wilayah pasar yang luas, nuansa tradisional tidak terlepas dari pasar. Hal ini dapat dibuktikan dengan kita menemukan para pembeli dan pedagang yang saling beradu kecakapan dalam menawar baik secara langsung maupun tidak langsung di setiap terjadi transaksi. Proses tawar menawar tersebut akan menumbuhkan keakraban antara para pembeli dan pedagang. Di pasar ini kenyamanan pembeli juga di dukung dengan lebarnya lorong-lorong untuk para konsumen. Selain itu keramahan para penjual menambah suasana hangat dalam proses transaksi.

2. Letak Geografi Pasar Krian

Gambar 4.1

Denah Pasar Krian



Gambar 4.1 Denah Pasar Krian Sidoarjo

Pasar Krian merupakan pasar terbesar kedua di Sidoarjo setelah pasar Larangan. Pasar Krian berlokasi di desa Krajan kecamatan Krian kabupaten Sidoarjo. Pasar ini memiliki luas tanah 40.050 m² dengan luas bangunan 34.600 m².

Secara umum pasar Krian jika dilihat secara geologisnya berada diantara :

Arah	Batasan
Utara	Jalan Basuki Rahmat, Desa Gresikan
Selatan	Desa Keterungan, Apotek Krian Kota
Timur	Terminal Krian, Stasiun Krian, Puskesmas Krian.
Barat	Jalan Raya Moh. Yamin, Kelenteng

	Teng Swie Bio
--	---------------

Adapun geografi Pasar Krian sebagai berikut:

Geografis Pasar Krian	
Luas area	40.050 m ²
Luas bangunan	34.600 m ²
Ketinggian bangunan	20 m
Jarak tempuh ke pusat kota	15 km

3. Pembagian Tempat Pedagang

Di pasar Krian Sidoarjo memiliki 3 bagian, dengan pembagian :

Bagian 1 = tempat untuk berjualan sembako (buah-buahan, sayur-sayuran, daging-dagingan, bumbu dapur, dan kebutuhan pokok lainnya).

Bagian 2 = tempat untuk berjualan alat-alat kebutuhan rumah tangga seperti (perkakas, alat dapur, barang-barang bekas, hingga barang-barang antik).

Bagian 3 = tempat untuk berjualan konveksi (kain, baju, tas, celana, sepatu, topi).

Tempat	Jenis Dagangan	Jenis Bangunan	Jenis Dagangan
Bagian 1	Tempat untuk berjualan	·Toko ·Los	Kebutuhan pokok,

	sembako	·Pancaan	Buah-buahan,Sa yur-sayuran, Bumbu dapur, Aneka daging.
Bagian 2	Tempat Untuk berjualan peralatan rumah tangga	·Toko ·Kios ·Togu/Ruko	perkakas, alat dapur, barang-barang bekas, hingga barang-barang antik
Bagian 3	Tempat berjualan konveksi	·Togu/ruko ·Toko	kain, baju, tas, celana, sepatu, topi
Sekeliling Pasar	Tempat berjualan makanan dan minuman dengan grobak	Pedagang kaki lima	Pedagang makanan dan minuman
	Tempat berjualan makanan dan	Warung	Warkop, warung makan, dll.

	minuman		
	menetap		

Gambar 4.2

Gambar keadaan pasar Krian



4. Jenis Bangunan dan Ukurannya

Pada tahun 2017 Pasar Krian mengalami renovasi yang membuat keadaan pasar Krian lebih nyaman dan semakin membaik. Jumlah bangunan yang didirikan diantara lain, yaitu:

No	Bangunan	Luas		Kondisi	
				Baik	Sedang
1	Ruko / Togu			√	
2	Kios			√	

3	Pancaan			√	
4	MCK			√	
5	TPS			√	
6	Mushola			√	
7	Tempat Parkir			√	

5. Jenis-Jenis Pedagang di Pasar Krian

Ada banyak sekali pedagang di Pasar Krian Sidoarjo dengan berbagai macam barang yang diperdagangkan serta berbeda-beda pula penempatannya, maka pedagang dapat digolongkan sebagai berikut:

a. Pedagang Ruko/Togu

Pedagang ruko/togu merupakan pedagang yang menempati bangunan yang terdiri dari rumah dan toko atau toko dan gudang. Bangunan ini memiliki ukuran yang agak lebih luas dibandingkan dengan bangunan-bangunan yang lain dan juga memiliki bangunan bertingkat. Contoh ruko/togu yang ada di Pasar Krian adalah ruko emas, ruko kain, ruko konveksi, dan lain sebagainya.

Gambar 4.3

Keadaan pedagang ruko di pasar Krian



b. Pedagang kios

Pedagang kios merupakan pedagang yang menempati bangunan yang berada di Pasar Krian , namun ukuran bangunan yang di tempati lebih kecil jika di bandingkan dengan ruko/togu dan bangunan ini tidak memiliki tingkat. Selain itu aa beberpa ciri lain yang dimiliki yaitu pintu yang terbuat dari *rolling door*. Ada beberapa contoh kios yang berada di Pasar Krian yaitu kios prabotan rumah tangga, kios pakaian, kios sepatu, kios tas, dan lain sebagainya.

Gambar 4.4

Keadaan pedagang Kios di Pasar Krian



c. Pedagang Pancaan

Pedagang Pancaan adalah pedagang yang berada di emperan-emperan Pasar Krian. Pedagang golongan ini tidak memiliki kepemilikan resmi, mereka hanya menempati tempat mereka biasa berdagang. Jika tempat yang mereka tempati di tempati oleh pedagang lain mereka biasanya melakukan negosiasi atau berpindah sedikit berpindah tempat. Pedagang golongan ini juga memiliki jam oprasional yang berbeda, mereka hanya beroperasi sekitar pukul 03.00 hingga pukul 06.00 lalu pukul 13.00 hingga pukul 16.00. hal ini karena pedagang golongan ini tidak memiliki hak resmi atas tempat yang digunakan untuk berdagang, sehingga sering terjadi obrakan yang dilakukan oleh dinas karena mengganggu lalu lintas.

Untuk pajak harian mereka membayar sekitar 5000 untuk biaya kebersihan. Contoh pedagang pancaan yang ada di Pasar Krian: Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging, dan lain sebagainya.

Gambar 4.5

Keadaan pedagang pancaan di pasar Krian



d. Pedagang Kaki Lima

Pedagang Kaki Lima merupakan pedagang yang berjualan disekitar kawasan luar Pasar Krian. Pedagang golongan ini biasanya menggunakan grobak untuk menjual dagangannya. Pajak harian yang mereka bayar sekitar 5000 untuk uang kebersihan dan uang tempat karena Pedagang Kaki Lima biasanya berjualan dikawasan area parkir. Contoh pedagang Kaki Lima yang ada di kawasan Pasar Krian: Pedagang Bakso, Pedagang Es, Pedagang Kue keliling, dan lain sebagainya.

Gambar 4.6

Keadaan pedagang kaki lima di pasar Krian



6. Sarana dan prasarana pasar Krian

Demi kenyamanan dan kelancaran kegiatan transaksi jual beli dipasar krian sidoarjo, maka ada beberapa sarana dan prasaranan yang telah disiapkan oleh petugas pasar. Sarana dan prasarana yang tersedia antara lain :

Fasilitas Umum Pasar Krian Sidoarjo	
1.	Area Parkir
2.	Lorong air
3	Toilet
4	Tempat Pembuangan Sampah (TPS)
5	Hidran

7. Keadaan sosial pedagang pasar Krian

1. Pendidikan Pedagang di pasar Krian

Pendidikan merupakan suatu faktor yang sangat penting yang digunakan untuk seseorang dalam meniti sebuah karirnya. Semakin tinggi suatu pendidikan seseorang maka semakin luas juga cara berfikir orang tersebut sehinga banyak yang beranggapan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi pula jengjang karir mereka serta semakin meningkat pula kesejahteraan perekonomian mereka jika di bandingkan dengan orang-orang yang

memiliki pendidikan dibawah mereka. Selain itu pendidikan juga mempengaruhi gaya berkomunikasi seseorang. Rata-rata pendidikan para pedagang yang berjualan di pasar Krian yaitu tamat SMA, hal itu dibuktikan dengan beberapa narasumber yang rata-rata pendidikan terakhir mereka tamat SMA dan lanjut membantu orang tua berjualan di pasar. Namun ada juga beberapa pedagang yang hanya tamat sekolah dasar.

8. Agama pedagang di pasar Krian

Agama dalam bahasa sansekerta memiliki arti tidak kacau, dengan begitu agama merupakan suatu peraturan yang mengatur perilaku manusia.⁶⁹ Seseorang yang beragama meyakini bahwa ada peraturan secara tidak tertulis yang mengikat masyarakat dan jika melanggar akan mendapat balasan kelak setelah kematian. Hal ini membuat orang yang memiliki agama memiliki perilaku yang baik terhadap orang lain, baik sesama umat beragama maupun umat yang beda agama.

Pada pasar Krian semua pedagangnya adalah orang yang beragama. Sebagian besar para pedagang di pasar Krian memeluk agama Islam, mungkin hampir 90% dan sisanya memeluk agama Kristen.

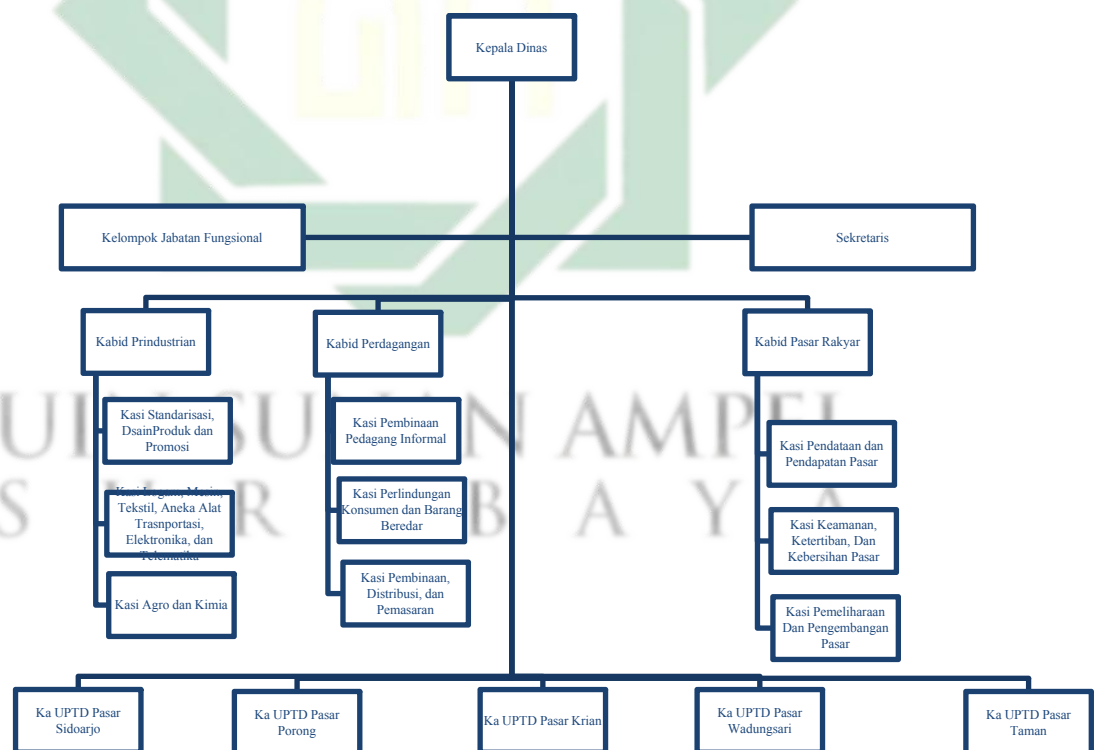
9. Perekonomian pedagang dipasar Krian

Mayoritas pedagang dipasar Krian merupakan pekerjaan utama mereka. pendapatan yang mereka dapatkan terbilang mencukupi kebutuhan

⁶⁹ Faisal Ismail. *Paradigma Kebudayaan Islam : Studi Kritis dan Refleksi Histori*, (Jogjakarta: Titian Ilahi Press:1997). 28.

hidup sehari-hari. Namun karena perkembangan zaman yang semakin maju dan adanya *e-commerce* membuat pendapatan mereka mengalami penurunan ditambah lagi adanya pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia sejak awal tahun 2020 lalu yang menyebabkan penurunan drastis hingga sekitar 80%. Hal ini disebabkan minat belanja secara langsung para konsumen yang mengalami penurunan dan regulasi pihak pasar yang mempersingkat jam operasional pasar. Namun mereka tidak bisa berbuat banyak karena hanya ini satu-satunya mata pencaharian yang mereka punya.

10. Struktur organisasi



11. Tugas Pokok dan Fungsi PD Pasar Krian Sidoarjo

Tugas:

1. Perusahaan daerah pasar Krian adalah memberikan suatu pelayanan pada bidang pasar kepada masyarakat dengan menyediakan sarana tempat berdagang.
2. Perusahaan daerah pasar Krian juga melakukan pembinaan kepada pedagang di pasar Krian serta ikut dalam kelancaran proses perdagangan di Pasar.

Fungsi:

1. Melakukan pengelolaan sarana dan kelengkapan pasar.
2. Bekerja sama dengan pihak-pihak yang ada di pasar.
3. Membangun dan memelihara Pasar Krian.
4. Memberikan peringatan kepada para pedagang yang melanggar aturan pasar.

Tabel 4.2 Geografi

Geografis Pasar Krian	
Luas area	40.050 m ²
Luas bangunan	34.600 m ²
Ketinggian bangunan	20 m
Jarak tempuh ke pusat kota	16 m

B. Keberadaan pedagang konvensional di Pasar Krian

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan bermasyarakat, karena masyarakat merupakan kumpulan dari berbagai individu yang saling membutuhkan satu sama lain. Menurut Hughes dan Kapoor yang dikutip dalam bukunya Sugiyono menjelaskan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan individu atau kelompok usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilakukan dengan cara menghasilkan dan menjual barang atau jasa kepada para konsumen. Hughes dan Kapoor juga menjelaskan berbagai jenis-jenis bisnis antara lain sebagai berikut :

1. Bisnis Jasa

Merupakan suatu kegiatan bisnis yang menjual dan menciptakan suatu hal yang tak berwujud, yaitu layanan atau jasa kepada konsumen untuk menghasilkan keuntungan. Contoh bisnis jasa yaitu rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan, sekolah yang memberikan pelayanan pendidikan, bank yang memberikan pelayanan keuangan, bengkel yang memberikan pelayanan otomotif ,dll.

2. Bisnis Ekstraktif

Merupakan suatu bisnis yang kegiatan usahanya menggali atau menambang hasil bumi, dimana produk yang dihasilkan berupa barang mentah. Contoh bisnis ekstraktif yaitu tambang minyak bumi, tambang gas bumi, tambang emas,dll.

3. Bisnis perdagangan

Merupakan jenis bisnis perniagaan yang kegiatan usahanya membeli barang dari produsen lalu menjual kembali barang tersebut dalam bentuk yang lebih kecil lagi atau eceran kepada para konsumen. Contoh bisnis perdagangan yaitu toko kelontong, toko pakaian, toko buah, toko prabotan rumah tangga, dll.

4. Bisnis Manufaktur

Merupakan suatu bisnis yang kegiatan usahanya mengolah bahan mentah atau bahan baku menjadi bahan jadi. Contoh bisnis manufaktur yaitu pabrik kertas, pabrik baja, pabrik plastic, pabrik karet, pabrik gula, pabrik tekstil, dll.

5. Bisnis Agraris

Merupakan suatu bisnis yang kegiatan usahanya meliputi bidang peternakan, perkebunan, pertanian, perikanan, dan kehutanan. Contoh bisnis ini yaitu perkebunan sayur, perkebunan buah, peternakan ayam, tambak ikan, dll.

Dari berbagai macam jenis bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, perdagangan merupakan salah satu bisnis yang sering dijumpai kapanpun dan dimanapun. Baik yang ada di kota besar ataupun yang ada di pedesaan, baik kalangan menengah keatas maupun menengah ke bawah hampir semua kalangan masyarakat melakukan perdagangan, baik yang melalui toko online atau *e-commerce* maupun yang berdagang secara konvensional. Dalam perkembangannya perdagangan mulai dilakukan secara virtual melalui toko online

atau *e-commerce*, selain mengikuti perkembangan zaman hal ini juga dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat karena pada masa sekarang masyarakat dituntut untuk hidup serba cepat.

E-commerce sendiri merupakan suatu perdagangan baik barang ataupun jasa yang segala kegiatannya seperti pemasaran, transaksi, dan lain-lain dilakukan melalui jejaring sosial dan menggunakan alat elektronik sebagai medianya. Contoh perdagangan secara online seperti perdagangan melalui Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan bahkan melalui grup Wattshup. Sedangkan perdagangan konvensional merupakan sebuah sistem perdagangan yang dilakukan dengan menjual barang dan jasa secara langsung dan tanpa perantara. Pedagang konvensional biasanya menjual barang dagangan dengan memiliki atau menyewa toko yang dapat terlihat secara fisik, dimana pembeli dapat langsung untuk memilih, melihat dan membeli barang atau jasa yang mereka butuhkan. Pedagang konvensional sering di temukan di tempat-tempat yang terlihat ramai dan dipenuhi berbagai macam orang dalam satu tempat seperti pasar tradisional, pasar modern seperti minimarket, dan juga di *mall*. Karena pedagang konvensional selalu identik dengan suatu tempat yang ramai dan dipenuhi berbagai kalangan masyarakat, hal ini malah menjadi sebuah nilai minus untuk perdagangan konvensional. Pasalnya transaksi yang dilakukan secara langsung memakan waktu dan tenaga yang cukup banyak, sedangkan pedagang online atau *e-commerce* dapat mempersingkat waktu dan tenaga yang digunakan untuk melakukan transaksi. Lalu perdagangan secara konvensional memerlukan suatu tempat usaha dan memiliki waktu oprasional, sedagngkan perdagangan secara online tidak

membutuhkan tempat usaha secaranyata dan transaksinya sangat fleksibel tanpa adanya batasan waktu. kemudian perdagangan konvensional yang selalu identik dengan keramaian atau kerumunan menyebabkan banyaknya kesempatan untuk melakukan tindakan criminal seperti pencurian, pencopetan, gendam dll. Oleh sebab itu di zaman sekarang sebagian kalangan masyarakat terutama maskayarat dengan tingkat ekonomi menengah keatas dan kalangan remaja mulai menghindari berdagang secara langsung dan mulai mencari alternatif.

Ciri-ciri pedagang konvensional di atas dapat ditemukan pada pasar tradisional maupun pasar modern seperti supermarket ataupun *mall*. Hal ini karena pedagang yang ada di pasar tradinsional maupun pasar modern melakukan transaksi secara langsung pada toko atau ruko serta memiliki jam oprasional, selain itu pedagang konvensional biasanya memiliki modal awal yang cukup besar untuk biaya sewa toko atau ruko. Di sisi lain lokasi perdagangan juga menjadi aspek yang harus di pertimbangkan di kala ingin memulai suatu usahanya.

Di kabupaten Sidoarjo pedagang konvensional banyak ditemukan di berbagai pasar, baik itu di pasar modern maupun di pasar tradisional. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan pedagang konvensional yang sesuai dengan ciri-ciri yang sudah dijelaskan di atas pada Pasar Krian kabupaten Sidorarjo. Hampir semua pedagang di Pasar Krian merupakan pedagang eceran yang mengambil barangnya dari agen ataupun distributor. Para pedagang ini menjual barangnya dalam bentuk yang lebih kecil kepada para konsumen, baik konsumen yang membeli secara eceran untuk digunakan aktivitas sehari-hari ataupun konsumen yang membeli secara grosir untuk dijual lagi dalam bentuk yang lebih kecil.

1. Lama Usaha Berjalan

Lama usaha merupakan jumlah total waktu yang digunakan para pedagang untuk menjalankan usahanya, biasanya dihitung dengan satuan tahun. Semakin lama seorang pedagang menekuni bidang usahanya semakin meningkat pula kemampuan dan keahliannya dalam menganalisis strategi-strategi yang harus digunakan untuk mampu bertahan, selain itu semakin lama pedagang menekuni usahanya maka semakin meningkat pula kemampuan untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Dengan bertambahnya kemampuan berdagang maka akan bertambah pula jumlah pelanggan dan relasi-relasi bisnis yang berhasil dijaring. Karena kemampuan berdagang merupakan suatu ketrampilan yang dimiliki seseorang untuk mampu mengorganisasikan dan memanfaatkan faktor-faktor lain dalam memproduksi suatu produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁷⁰

Lamanya seorang pedagang dalam menekuni usahanya dapat menciptakan suatu pengalaman yang mampu mempengaruhi pengamatan dalam melakukan tindakan. Lama suatu usaha berjalan juga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, pasalnya lama pelakubisnis dalam menekuni usahanya akan mempengaruhi keahliannya sehingga dapat menambah kemampuan analisa perdagangan dan selera para konsumen serta mampu menekan biaya produksi menjadi lebih kecil dari pada hasil penjualan sehingga tingkat pendapatannya akan mengalami kenaikan atau lebih banyak

⁷⁰Akbar Nursenta Priyandika, *Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kaki Lima Konveksi*, Skripsi (Universitas Diponegoro Semarang), 2005.173.

dibandingkan dengan para pedagang yang masih awal dalam melakukan usahanya. Hal ini terjadi karena jumlah pengalaman yang didapat berbeda.⁷¹

Lama usaha dalam penelitian yang peneliti ambil adalah semakin lama usaha tersebut berjalan maka akan mengakibatkan terbentuknya perkembangan dalam usaha yang signifikan dan mengarah kehal-hal positif maupun negatif. Dalam perkembangan usaha tersebut tentu juga melihat kedalam perkembangan perdagangan dan persaingan yang terus menerus terjadi didalam dunia usaha atau pasar. Dalam usaha yang sudah diproses cukup lama akan lebih mengerti akan persaingan dengan pedagang atau usaha lain ataupun pendatang baru.

Lama usaha yang telah ditekuni oleh para pedagang di Pasar Krian berbeda-beda antara satu pedagang dengan pedagang lainnya. Hampir semua pedagang memulai awal karirnya di Pasar Krian, namun ada juga beberapa pedagang yang memulai karirnya ditempat lain dan meneruskanya di Pasar Krian. Hal ini di jelaskan oleh beberapa informan kepada peneliti saat ditanya tentang kapan awal mula berdagang di Pasar Krian. Seperti yang dijelaskan oleh ibu Nela pemilik toko pakaian, dari awal memulai usahanya ibu Nela langsung membuka toko di Pasar Krian. Sebelumnya toko tersebut merupakan milik mertuanya, karena sudah lama kosong dan tidak digunakan akhirnya ibu Nela dan suami menggunakan tempat tersebut untuk melakukan usahanya. Berikut penuturan ibu Nela saat diwawancarai.

⁷¹Wicaksono, *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak*. (Skripsi Universitas Diponogoro Semarang tahun 2011)

“Saya berjualan disini sudah sejak 2003, jadi kurang lebih sekitar 18 tahun. Saya ikut suami, jadi setelah 1 tahun lulus saya menikah. Sebelumnya saya mengajar disalah satu sekolah dasar di daerah Surabaya, setelah menikah diajak suami pindah ke krian terus mulai berdagang. Kebetulan juga mertua punya toko kosong yang gak di pakai dipasar jadi saya buat berdagang sama suami saya.”⁷²

Senada dengan yang dikatakan oleh ibu Nela, pemilik toko perabotan rumah tangga juga hal yang sama. Seperti yang dikatakan oleh ibu Nur Aisyah saat diwawancarai.

“Sudah lama mas, kalau gak salah tahun 1995 saya udah berdagang disini jadi habis nikah langsung berjualan disini. Awalnya saya jualan sandal sama sepatu di pasar tingkat lantai tiga, terus lantai tiga kan sepi akhirnya saya pindah kesini. Kan dulu orang tua saya jualan sepatu dan sandal di pasar ini sebagai anak saya meneruskan dagangan orang tua saya, awalnya di lantai tiga sana mas berhubung saya pindah lokasi kesini dagangannya jadi berubah.”⁷³

Begitu juga yang dikatakan oleh bapak Haji Yasin, pedagang pakaian tersebut menjelaskan awalnya beliau bekerja sebagai karyawan disalah satu toko di Pasar Krian. Kemudian beliau memberanikan diri untuk membuka usaha di Pasar Krian, alasan memilih Pasar Krian karena untuk menghemat biaya transportasi.

“Lama saya berjualan disini kira-kira sejak tahun 1972. Sejak lulus sekolah saya langsung kerja disini tapi awalnya saya ikut orang dulu jadi pegawai, sekitar tahun 1972 saya mulai berjualan disini. Rumah saya kan sini, jadi enggak usah jauh-jauh biar biaya transportnya juga terjangkau.”⁷⁴

Berbeda dengan yang dijelaskan oleh bapak Samin, sebelumnya beliau merupakan pedagang keliling yang tidak memiliki lokasi berdagang secara

⁷² Ibu Nela, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 16.32 WIB

⁷³ Ibu Nur Aisyah, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 12.50 WIB

⁷⁴ Bapak Haji Yasin, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 14.49 WIB

menetap. Karena adanya peluang, akhirnya pak Samin mulai memutuskan berdagang di Pasar Krian. Berikut penuturan beliau.

“Sejak 2018 saya udah berjualan di pasar ini. Sebenarnya gak aada rencana buat jualan disini, Sebelumnya saya sudah mencari-cari tempat mas tapi nemu. Kebetulan disini ada informasi katanya bisa berjualan disini, saya langsung cari-cari informasi gimana caranya masuk kepasar ini Alhamdulillah disini ada yaudah saya tempatin. Kalau untuk ngurusnya ga ribet tapi tetep saya mencari keputusan dari pihak yang bertanggung jawab biar kalo ada apa-apa bisa enak.”⁷⁵

Dari keempat toko yang dijadikan obek penelitian, hampir keseluruhan pemilik toko memulai usahanya dalam kurun waktu puluhan tahun di Pasar Krian, dapat dikatakan dari hampir keseluruhan toko yang dijadikan informan oleh peneliti sudah mengalami pasang surut dalam menjalankan usahanya walau ada salah satu toko yang baru memulai usahanya sekitar 3 tahun di Pasar Krian bukan berarti pengalaman yang didapat tidak sebanyak pedagang yang telah berjualan selama berpuluh-puluh tahun di Pasar Krian.

Lama seorang pedagang menjalankan usahanya dapat mempengaruhi kinerja individu. Semakin lama pedagang menekuni usahanya akan membuat pedagang memiliki keterampilan dan strategi berdagang yang lebih baik untuk mempertahankan usahanya. Selain itu semakin banyak pula relasi dan jaringan-jaringan sosial yang dimiliki oleh para pedagang, hal ini membuat tingkat kepercayaan yang semakin kuat dengan para rekan-rekan usahanya.

⁷⁵ Bapak Samin, wawancara oleh peneliti, 4 Mei 2021 pukul 14.45 WIB

2. Penurunan Pedagang di Pasar Krian

Menurut data yang di ambil oleh badan pusat statistik Indonesia (BPS) jumlah pasar di indonesia mengalami kenaikan beberapa tahun terakhir dari 14.182 unit pasar menjadi 16.235 unit pasar tradinsional dalam waktu 2 tahun (Priode 2018-2020).⁷⁶ Walaupun jumlah pasar tradisional mengalami kenaikan yang signifikan, namun kenyataannya di Pasar Krian jumlah pedagang mengalami penurunan. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa hal salah satunya adanya pandemi yang melanda seluruh dunia dan menghancurkan perekonomian dunia sehingga membuat daya beli masyarakat menurun, selain itu munculnya metode transaksi yang baru menyebabkan para pedagang yang tidak mampu bertahan dengan perubahan zaman mengalami penurunan. banyak pedagang yang menutup usahanya karena tidak mampu bersaing dengan sistem perdagangan yang lebih modern.

Banyaknya kios atau toko-toko yang tutup merupakan tanda adanya penurunan jumlah pedagang di pasar. Kebanyakan para pedagang menutup kios atau tokonya karena jumlah pendapatan yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan seperti biaya sewa, biaya kebersihan, biaya parkir, dll sehingga para pedagang mengalami kesulitan untuk membayar biaya-biaya tersebut. Adanya penurunan pendapatan disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat di pasar. Menurunnya jumlah pembeli di pasar tradisional disebabkan karena adanya jenis transaksi baru yang dinilai lebih efisien seperti *online shop* atau *e-commerce*. terlebih setelah

⁷⁶ Badan Pusat Statistik

adanya pandemi COVID-19 yang telah menjadi wabah di Indonesia sekitar satu tahun setengah yang membuat masyarakat harus meminimalisir untuk berinteraksi dengan orang lain demi terhindar dari COVID-19, sehingga transaksi jenis baru seperti *Online shop* dan *e-commerce* dinilai menjadi solusi untuk dapat memenuhi kebutuhan tanpa harus berinteraksi secara langsung. Hal ini membuat pedagang konvensional terutama di pasar tradisional seperti Pasar Krian mengalami penurunan jumlah pembeli yang sangat signifikan. Akibatnya semakin banyak toko-toko terutama di dalam pasar yang tutup, selain itu hal ini akan menambah jumlah angka pengangguran karena bukan hanya pemilik toko tetapi juga para karyawan

Gambar 4.7

Keadaan toko yang sudah tutup



Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Krian Sidoarjo peneliti melihat banyak toko-toko yang tutup, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya

iklan-iklan didepan toko yang bertuliskan 'dijual' atau 'disewakan'. Menurut pendapat sesame pedagang hal ini biasa terjadi, terutama ketika adanya pandemi COVID-19 karena Pendapatan yang didapat para pedagang tidak mampu membayar biaya pengeluaran. Penurunan jumlah pembeli tidak hanya dirasakan para pedagang pakaian tetapi juga berdampak pada para penjual makanan, perabotan rumah tangga, dan aksesoris. Semakin menurun jumlah pengunjung maka akan semakin menurun pula jumlah pembeli.

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Haji yasin yang telah berdagang pakaian kurang lebih selama 50 tahun di Pasar Krian.

“Ada mas banyak, depan itu pindah tokonya di kontrakkan terus ini sebelah saya juga tokonya dijual. Pasar sekarang enggak seramai dulu mas, pembelinya banyak yang turun tahun-tahun terakhir ini. Paling ramai kalau hari-hari tertentu kayak lebaran idul fitri, hari biasa yaudah sepi paling ada beberapa orng yang beli.”⁷⁷

Pernyataan tersebut didukung dengan pernyataan beberapa pedagang lain yang di temui di Pasar Krian. Para pedagang tersebut menyatakan pernyataan yang hampir serupa dengan yang disampaikan oleh bapak Haji Yasin. Seperti yang disampaikan oleh bapak Samin.

“Penurunan pasti ada, toko-toko juga udah banyak yang tutup banyak yang pindah juga. Makin lama pasarnya makin sepi, orang-orang juga banyak yang beli lewat online apa lagi anak muda. ini juga pedagang-pedagangnya banyak yang pindah jualan lewat online, makin ena bisa jualan dari rumah ga perlu ke toko jadi enggak usah bayar biaya sewa.”⁷⁸

⁷⁷ Bapak Haji Yasin, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 14.49 WIB

⁷⁸ Bapak Samin, wawancara oleh peneliti, 4 Mei 2021 pukul 14.45 WIB

Dari penjelasan bapak Samin dapat dilihat salah satu faktor yang menyebabkan penurunan pengunjung pasar yang mengakibatkan turunya omset para pedagang karena adanya sistem baru yang membuat persaingan perdagangan semakin kuat. Alhasil banyak pedagang-pedagang konvensional yang pindah menjadi pedagang online. Hal ini dinilai lebih menguntungkan karena jangkauan yang dicapai semakin luas. Selain itu perdagangan melalui online dinilai lebih efisien dalam menghemat tenaga, waktu, dan biaya pengeluaran seperti biaya transportasi dan biaya operasional toko. Selain karena adanya sistem perdagangan yang baru, salah satu alasan sepi pengunjung pasar karena adanya Pandemi Covid-19 yang melanda berbagai wilayah dipenjuru dunia termasuk Indonesia. Seperti yang di jelaskan ibu Nela.

“Ada mas banyak malahan apalagi semenjak adanya pandemi Covid ini jadi banyak yang udah lengser. Soale kan sekarang orang cari kerja aja susah mas buat makan aja sekarang susah apalagi buat beli-beli pakaian kayak gini. Penurunane drastis mas makanya banyak yang lengser, ini toko-toko banyak yang tutup terus juga banyak yang ganti orang ya ada yang di kontrakin ada yang di jual. Karena pasar sekarang makin sepi mas, gak kayak dulu rame apa lagi ditambah pandemi jadi makin sepi.”⁷⁹

Hal serupa juga dijelaskan oleh ibu Erlina selaku pegawai salah satu toko pakaian di Pasar Krian.

“Kalau penurunan itu ada mas terutama yang di bagian dalam pasar kayak gini. Apalagi kan sekarang lagi masa-masa pandemi orang pun jadi takut buat pergi ke pasar, selain itu peraturan jam operasional pasar yang berubah-ubah jadi ngebuat masyarakat makin malas ke pasar. Tapi

⁷⁹ Ibu Nela, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 16.32 WIB

untungnya toko ini ada online shopnya, jadi walaupun pengunjung pasar menurun tapi yang beli di online shop makin banyak mas.”⁸⁰

Dari penjelasan ibu Nela dan ibu Erlina beberapa tahun terakhir pasar mengalami penurunan pengunjung, terlebih setelah adanya Pandemi Covid-19 malah semakin memperkeruh keadaan yang dialami oleh para pedagang di pasar Krian. Namun berbeda dengan penjelasan ibu Erlina dan ibu Nela, Ibu Nur Aisyah tidak merasakan dampak yang begitu besar seperti yang di rasakan para pedagang pakaian. Berikut

“Alhamdulillah kalau disini enggak ada mas soalnya disini masih tetep ramai soale kan di sini deket sama yang jualan kebutuhan pangan kayak sayur, buah, daging jadi ya tetep ramai kan tiap hari orang pasti belanja kebutuhan panganmas. kalau di dalem terutama yang di tingkat-tingkat itu kayak e banyak yang tutup soale disana udah sepi apalagi yang lantai atas-atas itu. Banyak saingan mas mulai dari online-online itu, terus juga banyak yang jualan lewat WA sama Facebook tapi yang paling parah ya karena pandemic ini mas.”⁸¹

Dari hasil wawancara dengan para informan, pedagang yang paling banyak mengalami kerugian atau penurunan omset adalah pedagang yang berjualan pakaian dan aksesoris terutama yang terletak di bagian dalam pasar. Sepinya pengunjung dan pembeli yang datang ke Pasar Krian membuat sebagian besar pedagang mengalami kerugian, pedagang yang tidak kuat bertahan akhirnya akan menutup tokonya. Hal ini disebabkan karena pedagang tidak mampu membayar biaya oprasional toko. Selain itu alasan lain beberapa pedagang menutup tokonya karena adanya sistem perdagangan baru yang dinilai lebih efisien dalam menghemat biaya pengeluaran. *Online shop* juga

⁸⁰ Ibu Erlina, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 Pukul 10.15 WIB

⁸¹ Ibu Nur Aisyah, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 12.50 WIB

dianggap lebih baik dalam menjadi media perdagangan karena para pedagang bisa melakukan transaksi dengan siapa saja, kapan saja, dan dimana saja.

3. Pengaruh Online Shop

Modernisasi merupakan suatu situasi yang tidak dapat dihindarkan dalam kehidupan masyarakat. Semakin baik tingkat pendidikan masyarakat maka akan semakin maju pula peradapan masyarakat tersebut. Dengan adanya modernisasi maka masyarakat akan selalu mengalami perubahan menuju suatu hal yang di anggap lebih baik. Salah satu perubahan yang terjadi dimasyarakat yaitu dibidang perdagangan, zaman sekarang masyarakat lebih sering melakukan transaksi menggunakan *e-commerce*, hal ini terjadi karena adanya globalisasi dan perubahan perekonomian. Selain itu adanya *e-commerce* dinilai lebih efisien dalam mempermosikan produk yang para pedagang tawarkan. Tidak memiliki suatu batasan baik waktu ataupun wilayah menjadi salah satu keunggulan dari *e-commerce*. salah satu bentuk *e-commerce* yaitu *online shop*.

Online shop dinilai menjadi salah satu bentuk alternatif yang dapat digunakan oleh para pebisnis. Selain karena tidak memiliki batasan baik waktu maupun wilayah, *online shop* juga tidak memerlukan biaya oprasional yang besar cukup dengan menyediakan jaringan internet maka *online shop* bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Perkembangan online shop semakin pesat karena didukung dengan bertambahnya pengguna layanan internet di Indonesia dari tahun ke tahun. *Online shop* banyak diminati oleh para masyarakat modern baik para pedagang maupun konsumen. Bagi para

konsumen online shop dinilai menguntungkan karena tidak perlu membuang waktu hingga tenaga extra untuk berbelanja hanya tinggal memiliki jejaring internet berbelanja dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Sedangkan bagi para pedagang *online shop* dinilai menguntungkan karena tidak perlu membayar biaya oprasional, jaringan pasar yang luas, hingga modal yang digunakan tidak terlalu besar hanya dengan menggunakan foto produk perdagangan melalui online shop bisa dilakukan. Berbeda dengan *online shop*, perdagangan secara konvensional memerlukan banyak sekali modal dan biaya oprasional yang harus dikeluarkan. Selain itu bagi para konsumen berbelanja secara konvensional memerlukan waktu dan tenaga extra. Hal ini membuat para konsumen lebih memilih *online shop* sebagai alternative, sehingga para pedagang konvensional merasakan dampaknya.

Hampir semua informan dalam penelitian ini yang sebagian besar merupakan para pedagang konvensional merasakan sendiri dampak kehadiran *online shop* sejak beberapa tahun terakhir. Banyaknya *Online shop* saat ini memberikan dampak positif dan negatif bagi para pedagang Pasar Krian. Pengaruh positif adalah sebagian pedagang yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman akan menemukan pasar yang lebih luas ketika berdagang melalui *online shop*, sedangkan sebagian lain pedagang yang tidak memiliki kemampuan untuk mengakses internet akan mendapatkan masalah baru berupa sepi pembeli yang datang ke pasar merupakan dampak negatif yang dirasakan para pedagang.

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Haji Yasin salah satu pedagang yang ada di Pasar Krian Sidoarjo. Beliau mengatakan bahwa beberapa tahun terakhir pengunjung pasar mengalami penurunan, terutama 2 tahun terakhir yang disebabkan adanya pandemi Covid-19 sehingga omset bapak Haji Yasin mengalami penurunan. Hal ini disampaikan bapak Haji Yasin saat wawancara. Berikut penjelasan bapak Haji Yasin.

“Wah kalau perkembangan enggak tau saya, enggak pernah pakek gitu-gitu juga pokoknya saya ya jualan di pasar ini aja. tapi kalau di banding dengan tahun 2010 dulu pembeli masih banyak yang datang kepasar jadi pasarnya ramai. Kalau sekarang kan orang sudah males buat beli di pasar terutama 2 tahun terakhir ini kan lagi ada pandemi jadi orang makin malas buat datang kepasar, belinya lewat online semua jadi gak usah keluar rumah udah langsung sampai. Soalnya anak saya kalau beli apa-apa terus ditanyain jawabnya online online gitu.”⁸²

Sama halnya dengan penjelasan dari bapak Haji Yasin, bapak Samin sebagai salah satu pedagang kue yang ada di Pasar Krian juga mengatakan hal yang hampir sama. Adanya *online shop* memberikan dampak yang begitu besar terhadap dagangannya. Berikut penuturan bapak Samin saat wawancara.

“*Online shop* yang baju-baju kayak shopee tokopedia terus yang makanan kayak grab gojek gitu. Kalo pengaruh pasti ada, kan sekarang di online semua bisa kayak beli-beli lewat gojek ada juga yang lewat WA jadi yang pesen banyak itu mulai turun kalau yang beli langsung standart lah. Soalnya pengaruhnya gini mas, sekarangkan orang main online semua itu mempengaruhi pengunjung dipasar sekarang sambil tidur aja barang sudah datang sampai rumah. Jadi pengaruhnya jauh dari dulu sebelum ada online-online ditambah setelah ada pandemi pengaruhnya makin besar. Dampaknya itu udah sangat berpengaruh apalagi ada pandemi ini ya kurang lebih penurunan omset sekitar 70%.”⁸³

⁸² Bapak Haji Yasin, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 14.49 WIB

⁸³ Bapak Samin, wawancara oleh peneliti, 4 Mei 2021 pukul 14.45 WIB

Senada dengan yang di sampaikan oleh bapak Haji Yasin dan bapak Samin, Ibu Siti Aisyah juga terkena dampak yang disebabkan oleh adanya *Online Shop*. Meski penurunan omset yang beliau alami tidak terlalu besar persentasenya, namun hal ini tetap memberikan dampak terhadap usaha yang sedang jalankan ibu Siti Aisyah. Berikut penuturan yang disampaikan oleh ibu Siti Aisyah saat wawancara.

“Kalau kayak online-online saya enggak ngikutin jadi kurang seberapa tau mas cuman kadang denger sekilas dari orang-orang terus dari TV tapi kalau nyoba gak pernah ya karena saya udah tua jadi gaptek. Pengaruh tetep ada ya mas soalnya makin banyak saingan juga, sekarang juga banyak orang yang sibuk jadi pasar mulai sepi ditambah pandemic ini makin ngebuat pasar jadi sepi. Dampak yang parah malah dari pandemic mas dari pada online-online itu. Penurunan tetep ada tapi gak sampai yang parah banget, mungkin sekitar 10% sampai 15% kalau di bandingkan sama tahun 2010 sebelum adanya online-online itu. Kalau gerabah gini saya kira harganya stabil perbandingan ya gak jauh-jauh harganya ya segitu-segitu aja.”⁸⁴

Berbeda dengan yang disampaikan oleh bapak Haji yasin, bapak Samin, dan ibu Siti Aisyah. Menurut ibu Erlina selaku pegawai toko aksesoris muslim, adanya *online shop* hampir tidak memberikan dampak negatif terhadap tokonya karena selain berjualan di Pasar Krian tokonya juga melayani penjualan secara Online, baik melalui aplikasi *chat* maupun melalui *marketplace*. Sehingga toko yang ibu Erlina jaga hampir tidak mengalami penurunan omset yang disebabkan oleh adanya *online shop*. Adanya online shop justru semakin membuat tokonya mengalami keuntungan. Hal ini disebabkan karena selain mencangkup konsumen secara langsung toko

⁸⁴ Ibu Nur Aisyah, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 12.50 WIB

tersebut juga mencakup konsumen secara digital. Seperti yang dikatakan oleh ibu Erlina saat wawancara.

“*Online shop* Tau sih mas, kayak shopee tokopedia gitu kan. Kalau pengaruh nggak ada sih mas, kan kebanyakan yang beli udah langganan terus beli e mesti banyak-banyak jadi ga seberapa pengaruh. Mungkin kalau jualan baju ada pengaruh e mas, kan kopian disini sama di online harga e hampir sama belum juga ada ongkire trus ga tau bahane jadi ya mending beli disini. Kalau penurunan karena online shop kayaknya ga ada mas pembeli juga masih banyak yang dateng ke toko. Selain itu tokonya di pasar sini juga banyak cabangnya, kita juga buka jualan online lewat Shopee gitu jadi kalau dampak enggak seberapa kerasa. Mungkin penurunannya omsetnya karena pandemic aja sih mas. Soalnya kan jam oprasioanal pasar juga dikurangin trus orang jadi males kalau belanja-belanja diluar mungkin karena parno atau takut.”⁸⁵

Sama seperti yang disampaikan oleh ibu Erlina, ibu Nela juga menjelaskan kalau dampak yang disebabkan oleh adanya *online shop* tidak terlalu berpengaruh terhadap usahanya. Beliau beranggapan bahwa masih ada sebagian golongan masyarakat yang lebih nyaman melakukan suatu pembelian secara langsung dan tanpa melalui media *online*. Menurut beberapa penjelasan para pembelinya sering tertipu dengan kualitas barang jika membeli melalui media *online*. Selain itu ibu Nela juga mempunyai toko *online* yang dijalankan oleh sang anak dengan alasan untuk mengikuti perkembangan zaman dan mencakup pasar yang lebih luas. Hal ini membuat omset yang didapat oleh ibu Nela menjadi meningkat karena selain berdagang secara langsung, ibu Nela juga berdagang melalui media *online*. Berikut penuturan yang disampaikan oleh ibu Nela Dalam wawancara.

⁸⁵ Ibu Erlina, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 Pukul 10.15 WIB

“Ibu taunya situs online shop cuman Bukalapak sama Shopee karena ibu juga punya toko di sana. Pengaruh enggak seberapa mas, soalnya kadangkala sebagian orang bilang kalau di *online* gak bisa megang kainnya terus juga ga tau secara langsung, selain itu juga kan banyak yang ketipu mas kayak diedit dulu sebelum dijual jadi pas lihat kayak bagus tapi pas datang kurang, soalnya kan pakaian yang di lihat bahanya makanya banyak yang kecewa kalau beli-beli secara online, jadi ibu tetep buka toko dipasar walaupun ibu juga punya toko *online*. Emang ada penurunan pengunjung, tapi kadang ada beberapa pembeli itu kecewa kalau beli online jadi sudah ada trauma jadi lebih memilih beli secara offline karena bisa tau barang e secara langsung.”⁸⁶

Hampir semua pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa adanya *online shop* memberikan pengaruh terhadap dagangannya walaupun pengaruhnya bervariasi. Para pedagang yang tidak mengikuti atau bahkan tidak mengetahui tentang perkembangan *online shop* akan mendapatkan dampak negatif berupa turunnya omset yang disebabkan oleh turunnya pengunjung pasar. Sedangkan pedagang yang mengikuti perkembangan *online shop* akan mendapatkan dampak positif berupa jangkauan pasar yang lebih luas. Di Indonesia sendiri banyak sekali situs jual beli *online* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Gojek, Grab, dan masih banyak lagi situs *online shop* yang dapat digunakan oleh berbagai golongan masyarakat. Semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke *online shop* semakin sedikit pengunjung pasar sehingga berdampak terhadap para pedagang yang ada di Pasar Krian. Adapun beberapa website atau aplikasi *online shop* yang berpengaruh terhadap penjualan para pedagang.

Aplikasi Online Shop Yang Berpengaruh.

⁸⁶ Ibu Nela, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 16.32 WIB

No	Informan	Aplikasi Online Shop Yang Berpengaruh.
1.	Nela (Pedagang Pakaian)	Shopee
2.	Haji Yasin (pedagang Pakaian)	Tidak dapat memberikan jawaban karena tidak mengetahui aplikasi <i>online</i>
3.	Erliana (Karyawan Toko Aksesoris)	Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak
4.	Nur Aisyah (Pedagang Perabotan Rumah Tangga)	Shopee
5.	Samin (Pedagang Kue)	Shopee dan Gojek
6.	Maria Ulfa (Kepala Pasar Krian)	Shopee
7.	Mistiah (Pembeli)	Shopee
8.	Ira Agrestin (Pembeli)	Shopee, Tokopedia dan Gojek.

Table diatas menunjukkan bahwa para pedagang konvensional mempunyai penilaian tersendiri mengenai situs *online shop* yang berpengaruh terhadap perdagangan mereka. Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada

para informan yang ada di Pasar Krian, situs atau aplikasi *online shop* yang paling berpengaruh adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Gojek. Menurut para pedagang konvensional situs-situs *online shop* tersebut lama-lama akan menggeser pangsa pasar mereka sehingga sebagian besar pedagang selain membuka toko di pasar, mereka juga melakukan perdagangan secara *online*. Hal ini dijelaskan oleh Ira yang merupakan salah satu konsumen, dia mengatakan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Krian mempunyai *online shop*. Berikut penuturan Ira dalam wawancara.

“Kebanyakan pedagang disini udah punya online shop sendiri, dari shopee tokopedia sampai grup facebook sama grup WA. Hampir semua pedagang baju, tas, sepatu itu hampir semua punya online shop dan mereka menerima grosiran. Kalau sayur, buah, ikan itu gak punya karna dari orang-orangnya sendiri kebanyakan udah tua jadi ga paham tentang teknologi. Kalau pengaruhnya ya semakin sepi aja pasarnya, jadi yang jualan kurang variatif lagi.”⁸⁷

Dari penjelasan para informan di atas, terlihat bahwa online shop memiliki pengaruh terhadap usaha yang dilakukan oleh para pedagang walaupun ada juga pedagang yang memasarkan dagangannya melalui online shop. Bukan hanya para pedagang yang merasakan dampak adanya online shop tapi para pengunjung juga ikut merasakan dampaknya. Menurunnya jumlah pengunjung disebabkan oleh perkembangan bisnis *online shop* yang semakin pesat. Hal ini di dukung dengan semakin baiknya layanan internet yang ada di Indonesia, selain itu perubahan masyarakat yang menjadi masyarakat konsumtif juga ikut mendorong perkembangan *online shop*. Masyarakat yang memiliki kesibukan akan memilih berbelanja melalui online shop dari pada

⁸⁷ Ira, wawancara oleh peneliti, 4 Mei 2021 pukul 16.32 WIB

berbelanja secara langsung. Hal ini membuat kemerosotan para pedagang konvensional sehingga banyak pedagang yang menutup tokonya dengan berbagai alasan seperti beralih ke perdagangan secara online hingga gulung tikar.

C. Strategi Bertahan

Dalam dunia bisnis atau dunia usaha strategi sangat dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh para pelaku usaha, maupun untuk sarana dan tujuan baik tujuan yang bersifat sementara ataupun tujuan yang bersifat jangka panjang. Strategi bertahan adalah pola-pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi syarat yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Pola-pola disini merupakan pola-pola tindakan atau perilaku.⁸⁸ Di dalam buku Rangkuti, Porter menjelaskan bahwa strategi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mencapai keunggulan dalam persaingan bisnis.⁸⁹ Untuk mencapai segala tujuan yang diharapkan setiap usaha memerlukan strategi. Strategi dapat diartikan dalam berbagai definisi sehingga pengertiannya sangat. Tujuan strategi adalah untuk mampu bertahan didalam lingkungan persaingan pasar. Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan

⁸⁸ Ahimsa Heddy Shri, *Ekonomi, Moral Rasional dan Politik Dalam Industri Kecil di Jawa*, Esai-Esai Antropologi Ekonomi, (Yogyakarta: Kepel Press, 2003), 12.

⁸⁹ Ferddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 4.

eksistensi dirinya yang bernilai atau dianggap bernilai baik yang bersifat material maupun non material.

Pemahaman yang baik tentang suatu konsep strategi dan berbagai konsep lainnya yang berkaitan sangat menentukan berhasilnya strategi yang disusun. Beberapa konsep tersebut sebagai berikut:

a. Distinctive competence

Suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Day dan Wansley ada dua faktor yang menjadikan suatu usaha dapat unggul dibanding dengan pesaingnya, meliputi:

1. Kemampuan sumberdaya
2. Keahlian tenaga kerja

b. Competitive advantage

Untuk mampu bersaing suatu usaha harus dapat merebut suatu peluang. Porter menjelaskan bahwa ada tiga strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha untuk dapat unggul dari para kompetitornya. Beberapa strategi tersebut antara lain, yaitu:

1. Strategi Fokus

Fokus berarti membuat dan menyediakan suatu produk atau pun jasa yang dapat memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

1. Strategi Diferensiasi

Strategi yang bertujuan membuat suatu produk atau jasa yang dianggap unik dan ditujukan kepada para konsumen yang tidak terlalu peduli dengan harga.

3. Strategi Keunggulan Biaya Rendah

Strategi yang menekankan pada pembuatan suatu produk standart dengan biaya per unit sangat rendah. Strategi ini ditujukan untuk konsumen yang peka terhadap perubahan suatu harga.

Adanya sistem perdagangan yang baru membuat para pedagang konvensional harus memikirkan berbagai macam strategi yang harus dilakukan agar mampu bertahan. Banyak sekali cara yang dapat dilakukan para pedagang konvensional untuk dapat menarik minat para pembeli. Memperbaiki kualitas tempat usaha merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh parapedagang di Pasar Krian untuk dapat menarik jumlah pengunjung. Hal ini dilakukan karena masyarakat zaman sekarang merupakan masyarakat yang telah berkembang menuju masyarakat *modern*, sehingga kebersihan tempat menjadi salah satu faktor yang menentukan masyarakat untuk melakukan transaksi. Sebagian masyarakat terutama masyarakat dengan kemampuan ekonomi menengah keatas menghindari pasar tradisional sebagai tempat berbelanja, hal ini disebabkan karena pandangan mereka tentang pasar tradisional yang terkesan kumuh dan tidak *higienis*. Selain itu pasar tradisional identik dengan padatnya pengunjung sehingga membuat ketidak nyamanan ketika berkunjung.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik para pengunjung yaitu dengan meningkatkan kualitas barang yang dijual oleh para pedagang. Selain itu meningkatkan kebersihan pasar juga tak luput dilupakan, hal ini dilakukan agar para pengunjung merasa nyaman ketika berbelanja di Pasar Krian. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh kepala pengelola Pasar Krian. Berikut penuturan yang disampaikan oleh ibu Maria Ulfa.

“Dengan menjaga kebersihan pasar dan mutu dari barang, bahkan para pedagang juga sering saya bilangin untuk jangan sampai mengecewakan para pengunjung. Uniknya pasar tradisional bisa ditawarkan, berbeda dengan pasar modern yang harganya pas. Jadi strategi yang saya lakukan untuk membuat pasar tradisional tetap eksis ya menjaga keamanan, menjaga kebersihan, mutu barang, lalu kejujuran dan sopan satu dari pedagang terhadap pengunjung yang terutama. Jadi selain mutu barang sikap pedagang juga perlu untuk menjaga image pasar. Kalau saya ke pedagang selalu saya bilang untuk jaga kebersihan minimal mempunyai sapu lidi, jadi kalau dasarnya bersihkan pedagangnya enak ngelihatnya pembelinya juganyaman, kalau juga selalau saya ingatkan untuk menjaga mutu barang jangan sampai ada barang yang cacat produk nanti pedagang juga yang rugi, dan juga harus bersifat sopan terhadap pembeli.”⁹⁰

Mutu dari barang yang diperdagangkan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik jumlah pembeli. Hal ini juga yang jadi pembeda antara perdagangan secara konvensional dengan perdagangan secara digital. Dimana perdagangan secara konvensional melakukan transaksi secara langsung, sehingga para pembeli dapat melihat kualitas barang sebelum melakukan transaksi. Hal ini berbeda dengan perdagangan secara digital, para pembeli hanya disuguhkan gambar dua dimensi sehingga pembeli tidak bisa melihat kualitas barang. Oleh karena itu para pedagang konvensional harus

⁹⁰ Ibu Maria Ulfa, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 Pukul 11.40 WIB

mempertahankan kualitas barang dagangannya agar mampu bersaing dengan para pedagang yang menjual barangnya secara digital. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh salah satu pedagang di Pasar Krian Sidoarjo. Berikut penuturan ibu Nela pemilik toko pakaian.

“Kalau strategi ya paling cuman jaga kualitas aja mas biar pembelinya enggak kecewa jadi sama-sama senang. Soalnya kadang orang-orang bilang kalau di online gak bisa megang kainnya terus juga ga tau secara langsung, selain itu juga kan banyak yang ketipu mas kayak diedit dulu sebelum dijual jadi pas lihat kayak bagus tapi pas datang kurang, soalnya kan pakaian yang di lihat bahanya makanya banyak yang kecewa kalau beli-beli secara online.”⁹¹

Dari penjelasan ibu Nela strategi perdagangan yang digunakan yaitu menjaga kualitas barang yang dijual. Hal ini diharapkan dengan menjaga kualitas barang maka akan mendapatkan kepuasan konsumen, hal tersebut akan mendapatkan nilai positif dari para konsumen sehingga konsumen akan tetap membeli produk di toko tersebut. Berbeda dengan yang disampaikan oleh salah satu pegawai di toko aksesoris muslim. Bu Erlina menjelaskan bahwa strategi yang digunakan dalam tokonya yaitu melakukan inovasi pada tempat berjualan dengan memajang barang dengan model baru di bagian depan etalase. Dengan begitu diharapkan para pengunjung tertarik dan mampir untuk mengunjungi tokonya. Berikut penjelasan yang disampaikan oleh ibu Erlina dalam wawancara.

“enggak ada strategi apa-apa mas paling cuman kalau ada barang model baru selalu suruh taruh di etalase paling depan biar keliat orang,

⁹¹ Ibu Nela, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 16.32 WIB

selain itu ya cuman ngejaga hubungan baik dengan para pembeli Kan rata-rata yang membeli disini itu kulakan mas, jadi masih dijual lagi.”⁹²

Hampir sama dengan yang dijelaskan oleh ibu Erlina, bapak Haji Yasin juga menggunakan metode yang ham[pir serupa. Jika di toko ibu Erlina lebih memperlihatkan barang dengan model baru, bapak Haji Yasin lebih memilih dengan menjual model pakaian yang lagi *trend*. Beliau mengharapkan dengan menjual model-model yang lagi *trend* akan memenuhi selera pasar. Selain itu pak Haji Yasin juga menjelaskan bahwa sikap pedagang juga merupakan daya tarik tersendiri. Hal ini juga termasuk dalam strategi yang digunakan pak Haji Yasin untuk mampu bertahan dalam persaingan pasar yaitu dengan memberikan pelayanan konsumen yang baik sehingga konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen akan memberikan nilai lebih terhadap usahanya. Berikut yang disampaikan oleh bapak Haji Yasin dalam wawancara.

“Saya cuman ambil barang-barang yang sekiranya lagi banyak peminatnya sekarang, kayak baju anak kan sekarang anak-anak banyak yang suka liat film tayo yah saya ambil baju anak yang ada gambar tayonya. Selain itu enggak ada mas paling cuman tetep sabar & telaten, ya kita kan enggak tau orang beli disini itu ada masalah atau enggak. Ada yang nawar terus banding-bandingin sama toko sebelah buat dapet harga yang lebih murah , ada juga kalau nawarnya enggal deal terus ngomel-ngomel ya saya cuman sabar ada tetep ramah kan nggak enak juga kalo dilihat orang-orang pedagang sama pembelinya tengkar cuman gara-gara masalah sepeleh.”⁹³

Berbeda dengan startegi yang digunakan oleh bapak Haji Yasin, selain menambah kuantitas bentuk barang yang dijual bapak Samin juga memanfaatkan kemampuannya dalam menggunakan barang-barang elektronik

⁹² Ibu Erlina, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 Pukul 10.15 WIB

⁹³ Bapak Haji Yasin, wawancara oleh peneliti, 27 Mei 2021 pukul 14.49 WIB

atau digital sebagai strategi usaha yang bapak Samin lakukan untuk dapat mampu bertahan hingga saat ini. Berikut penuturan yang disampaikan oleh bapak Samin dalam wawancara.

“Untuk strategi paling Cuma menawarkan lewat WhatsApp ya kali-kali ada kerabat atau tetangga yang mau beli atau mau punya acara rencana mau saya daftarkan ke Gojek juga biar yang beli makin banyak. terus selain itu ya paling cuman nambah varian rasa biar yang beli gak bosan itu-itu aja.”⁹⁴

Keseluruhan pedagang yang dijadikan informan memiliki jawaban yang berbeda-beda. Strategi yang digunakan untuk mampu mempertahankan usahanya dari satu pedagang berbeda dengan pedagang lainnya. Mempertahankan kualitas barang merupakan cara yang dilakukan sebagian besar pedagang untuk dapat menarik minat konsumen. Selain para pedagang pengurus pasar juga memiliki strategi untuk dapat menarik minat masyarakat berbelanja di Pasar Krian. Dengan meningkatkan kebersihan, keamanan, dan sikap dari para pedagang diharapkan menjadi nilai lebih dari Pasar Krian sehingga menjadi daya tarik agar tidak terjadi penurunan jumlah pengunjung pasar.

D. Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo (Ditinjau Dari Teori Modal Sosial).

Robert D Putnam merupakan salah satu ilmuwan politik yang berasal dari Amerika Serikat. Dengan menggunakan modal sosial, Putnam banyak menerangkan perbedaan-perbedaan dalam keterlibatan yang dilakukan oleh

⁹⁴ Bapak Samin, wawancara oleh peneliti, 4 Mei 2021 pukul 14.45 WIB

warga. Menurut Putnam, modal sosial merupakan bagian dari organisasi sosial., seperti kepercayaan, norma, jaringan yang dapat memperbaiki kesederhanaan masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan yang terkoordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Modal sosial memberikan sumbangsi pada tindakan kolektif dengan mendorong diperkuatnya norma-norma resiprositas, memasukkan informasi tentang reputasi para aktor, memberikan fasilitas kepada aliran informasi, memasukkan keberhasilan upaya penggabungan (kolaborasi) dimasa lalu, dan bertindak sebagai cetak biru untuk kerja sama dimasa yang akan datang.⁹⁵

Robert D Putnam dikenal sebagai pendukung modal sosial yang paling banyak dikenal. Putnam juga mengembangkan modal sosial dari Coleman dengan menambahkan ide pokok tentang jaringan sosial yang memiliki nilai penting terhadap setiap individu. Adapun modal manusia merupakan sesuatu yang dimiliki individu yang melekat pada hubungan antar seseorang sehingga menciptakan jaringan sosial, norma timbal balik, dan kepercayaan. Putnam juga memberikan pengertiannya secara ringkas tentang 3 (tiga) elemen dalam modal sosial yaitu, norma (*norms*), jaringan (*Networks*), kepercayaan (*trust*). Ketiga elemen tersebut menjadi kesatuan yang membedakan modal sosial dengan modal-modal yang lainnya.⁹⁶ Elemen pokok dalam modal sosial yaitu:

⁹⁵ Robert, D Putnam. *Making Democracy Work: Traditions in Modern Italy*, (Princeton: Princeton University Press. 1993), 167-173.

⁹⁶ John Field. *Modal Sosial*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 56.

1. Kepercayaan

Menurut Putman modal sosial terbentuk dari kepercayaan, kepercayaan akan membangun sebuah perjanjian masyarakat melalui “norm or reciprocity” dan “norma of civic engagement”. Kepercayaan akan muncul ketika suatu ikatan dalam suatu kelompok semakin tinggi kemungkinan terjalinnya kerjasama dan akan berjalan dengan lama. Dengan adanya kepercayaan akan mudah mendapatkan akses untuk mendapatkan sumber daya, jaringan dengan tingkat kepercayaan tinggi pula yang berfungsi melancarkan hubungan. Tindakan kolektif yang didasari saling percaya akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk dan dimensi terutama dalam konteks kemajuan bersama. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial.

2. Norma sosial

Kumpulan aturan yang diharapkan untuk dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya terinstitusionalisasi, tidak tertulis tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang diberikan jika melanggar. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu karena merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi perkembangan masyarakat. Oleh karenanya norma sosial disebut

sebagai salah satu modal sosial. Norma sosial tidak bisa dipisahkan dari modal sosial, norma sosial yang merupakan komponen dari norma sosial ini memiliki keterkaitan dengan komponen lainnya seperti kepercayaan dan jaringan.

3. Jaringan sosial

Kemampuan sekelompok orang untuk melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial, melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas dasar prinsip kesukarelaan (*voluntary*), kesamaan (*equality*), kebebasan (*freedom*), dan keadaban (*civility*). Kemampuan anggota kelompok atau anggota masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergis akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok. Pada tingkatan individu, jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas diantara sejumlah orang dengan sifat tambahan yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu yang terlibat.⁹⁷

Dari berbagai penjelasan di atas, pengertian dari modal sosial dapat dinyatakan bahwa modal sosial adalah suatu sumberdaya yang muncul dari hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik individu dengan kelompok ataupun

⁹⁷ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Askara, 1997), 43.

individu dengan institusi yang dapat melahirkan ikatan emosional berupa kepercayaan, jaringan-jaringan sosial, hubungan timbal balik, dan, nilai-nilai dan norma-norma yang membentuk struktur masyarakat yang berguna untuk saling bekerjasama. Ikatan emosional tersebut dapat menjadi perekat bagi masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial akan tumbuh dan berkembang apabila digunakan secara bersama-sama.

Menurut Putnam modal sosial tercipta dari kepercayaan, kepercayaan akan muncul ketika suatu ikatan dalam suatu kelompok semakin tinggi kemungkinan terjalin kerja sama dan akan berjalan dengan lama. Dengan adanya kepercayaan akan mudah mendapatkan akses untuk mendapat sumberdaya, jaringan dengan tingkat kepercayaan tinggi akan pula melancarkan hubungan.

Kaitanya dengan penelitian ini, peneliti berusaha menghubungkan suatu fenomena sosial yang ada dengan menggunakan teori modal sosial yang pencetusnya adalah Robert D. Putnam yang dimana akan ditemukan penjelasan dari representasi fenomena yang diteliti dengan teori yang dijadikan sebagai sudut pandang dalam prosesnya. Berikut adalah korelasi antara temuan data lapangan dan teori sebagai berikut;

Diawali dengan point pertama yaitu pada point jaringan yang dimana suatu individu atau kelompok pedagang melaksanakan upaya untuk mendapatkan tempat atau kedudukan di Pasar Krian secara bertahap dengan melibatkan dorongan dari komponen kelompok yang sudah terdapat pada

struktur yang ada di Pasar Krian. Jaringan yang dibangun oleh para pedagang di Pasar Krian berupa hubungan formal maupun informal dan dilakukan atas dasar prinsip kesamaan, kesukarelaan, kebebasan, dan keadaban. Dalam Pasar Krian jaringan sosial ditandai dengan adanya solidaritas yang berupa kerja sama para pedagang yang menciptakan komunitas para pedagang di Pasar Krian. Komunitas ini bertujuan untuk menjadi bahan masukan bagi para kedepannya, selain itu komunitas juga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan para pedagang (walaupun komunitas yang diciptakan dinilai kurang efisien karena sebagian besar pedagang tidak masuk dalam komunitas tersebut). Adanya jaringan yang kokoh menandakan bahwa masyarakat tersebut melaksanakan fungsi secara optimal. Jaringan pada pedagang dipasar Krian membentuk suatu solidaritas antara pedagang, konsumen, dan produsen yang saling membutuhkan satu sama lain. suatu jaringan yang berlangsung secara lama akan menciptakan suatu kepercayaan antar komponennya.

Kepercayaan merupakan hal yang paling penting dalam melakukan hubungan sosial. Di Pasar Krian kepercayaan pedagang dengan pedagang, pedagang dengan konsumen, maupun pedagang dengan pengurus pasar merupakan suatu hal penting yang harus dipertahankan karena kepercayaan di Pasar Krian sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya langganan dalam setiap toko. Banyaknya langganan setiap toko menandakan bahwa sebagian besar konsumen yang melakukan transaksi di Pasar Krian merasa puas sehingga kembali melakukan transaksi di Pasar Krian. Transaksi yang berlangsung terus menerus menciptakan suatu jaringan antara konsumen

dengan pedagang. Selain itu minimnya masalah-masalah yang terjadi di Pasar Krian menandakan bahwa para pedagang mematuhi peraturan yang dibuat oleh pengurus pasar, hal ini menandakan bahwa para pedagang sangat percaya dengan peraturan yang dibuat oleh pengurus pasar bukan semena-mena untuk kepentingan para pengurus pasar melainkan juga demi kebaikan para pedagang.

Yang terakhir yaitu norma sosial atau suatu aturan yang diharapkan diikuti dan dipatuhi oleh masyarakat yang terlibat dalam suatu sistem sosial. Aturan ini dapat berupa aturan secara tertulis, tapi sebagian besar aturan-aturan ini tidak tertulis, namun semua yang terlibat dalam suatu sistem sosial menyadari adanya batasan-batasan yang tidak boleh terlewati. Jika batasan-batasan tersebut dilewati, semua yang terlibat dalam suatu sistem sosial akan sadar jika mereka akan mendapatkan sanksi yang cukup proposional. Dalam Pasar Krian sendiri norma-norma sosial tersebut berupa aturan yang telah diciptakan oleh para pengurus pasar. Selain itu kejujuran yang dilakukan oleh para pedagang berupa usaha untuk memenuhi hak dan kewajiban sehingga tidak mendapatkan sanksi merupakan norma sosial yang tidak tertulis. Walaupun norma sosial secara tidak langsung berada diluar aspek perdagangan, namun para pedagang sadar dengan mematuhi norma yang berlaku maka jaringan dan kepercayaan yang terbangun selama ini akan terjaga.

No	Nama	Usia	Sebagai

1.	Maria Ulfa	52 tahun	Kepala Pengelola Pasar Krian
2.	Erliana	35 tahun	Pegawai Toko Pakaian
3.	Nela	38 tahun	Pemilik Toko pakaian
4.	Nur Aisyah	51 tahun	Pedagang Perabotan Rumah Tangga
5.	Samin	38 tahun	Pedagang Kaki Lima
6.	Haji Yasin	68 tahun	Pedagang Pakaian
7.	Ira Agrestin	20 tahun	Konsumen Pasar
8.	Mistiah	58 tahun	Konsumen Pasar

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan peneliti diatas hasil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo. Didapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya adalah:

1. Dari hasil penelitian di atas keadaan pedagang konvensional di era digital mengalami penurunan pembeli dikarenakan penurunan pengunjung di Pasar Krian. Penurunan ini disebabkan karena adanya sistem perdagangan yang baru sehingga membuat persaingan perdagangan semakin berat ditambah dengan kemajuan masyarakat membuat perdagangan secara konvensional mulai ditinggalkan. Pendapatan para pedagang di pasar krian mengalami penurunan 30% dibandingkan dengan tahun 2010 dimana perdagangan secara digital belum seramai sekarang. Selain itu adanya pandemic membuat para pedagang konvensional semakin mengalami kemerosotan pendapatan. Hal ini disebabkan masyarakat yang dituntut untuk mengurangi interaksi sehingga para pembeli banyak yang beralih menggunakan pasar digital.
2. Dari hasil penelitian diatas terkait strategi bertahan pedagang konvensional di era digital, terbukti Banyak strategi yang dilakukan

para pedagang di Pasar Krian untuk dapat bertahan dalam perubahan zaman, namun yang paling ditekankan adalah modal sosial. Dimana para pedagang mematuhi segala norma-norma masyarakat dengan bersikap ramah kepada pelanggan berbicara dengan sopan, menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta menjalin kerja sama baik antara pedagang pasar dan kerjasama diluar pasar. Para pedagang juga menerapkan strategi secara langsung seperti meletakkan barang-barang baru didepan toko untuk menarik minat para pembeli, selain itu juga membagi uang untuk mengganti modal usaha dan uang hasil keuntungan penjualan agar tidak tercampur dan mengalami pembengkakan di belakang.

B. Saran

Dari penelitian yang berjudul Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Tradisional Krian Kabupaten Sidoarjo, maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Saran untuk pengurus Pasar Krian adalah perlunya meningkatkan interaksi sosial yang lebih baik lagi. Meskipun sudah baik tapi tetap harus ditingkatkan lagi, karena salah satu kewajiban bagi pengurus Pasar Krian selain menjalankan tugasnya dengan baik juga harus dapat mengayomi para pedagang yang ada di Pasar Krian. Hal ini termasuk dalam memberikan sosialisasi atau pelatihan-pelatihan tentang perdagangan secara digital agar para pedagang di Pasar Krian

bisa lebih beradaptasi dengan perubahan seperti sistem perdagangan yang baru.

2. Saran untuk pedagang di Pasar Krian adalah lebih baik lagi dalam memenuhi kewajibannya. Terutama dalam mematuhi aturan-aturan yang ada di Pasar Krian, terlebih aturan untuk menjaga kebersihan. Karena selain untuk kenyamanan para pedagang dan pembeli lingkungan yang bersih akan menciptakan kehidupan yang sehat. Dengan begitu semua unsur yang ada di Pasar Krian baik pengurus pasar, para pedagang, maupun para pembeli merasa nyaman ketika beraktivitas di lingkungan pasar.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 1994, *Sosiologi, Skematika, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Aikunto, Suharsimi. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta.
- Anggito Albi dan Johan Setiawan, S.Pd, 2018, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak.
- Arief, Armai. 2002, *Pengantar Ilmu dan Metodologi Pendidikan Islam*, Jakarta: Ciputat Pres.
- Assauri, Sofjan. 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- D Putnam, Robert. 1993, *Making Democracy Work: Traditions in Modern Italy*, Princeton: Princeton University Press.
- Faeni Ulyat, Nur. 2015, *Strategi Pemasaran Pasar Tradisionall Dalam Perpektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Lebaksiu-Tegal)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Field, John. 2018, *Modal Sosial*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Field Schuller, Baron. 2000. *Sosial Capital: Cristical Perspective*, (New York: Oxford University.
- Ganesha, Nur. 2013, *Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Tradisional Bidang Fesyen Dalam Menghadapi Modernisasi Pasar di Pasar Pemenang Kabupaten Kediri*, Artikel Ilmiah Penelitian Mahasiswa Heddy Shri, Ahimsa. 2003, *Ekonomi, Moral Rasional dan Politik Dalam Industri*

- Kecil di Jawa, Esai-Esai Antropologi Ekonomi, Yogyakarta: Kepel Press.
- Hitt A, Michael, Irland, R. Duanne, dan Hoskisson. 2001, *Manajemen Strategis, Konsep Daya Saing dan Globalisasi*, Jakarta: Penerbit Selemba Empat,
- Ismail. 2004, *Paradigma Kebudayaan*, Jakarta : Depag RI.
- Jamela, Maryam. 1982, *Islam dan Moderisme*, Surabaya : Usaha Nasional
- Lubis, Nurhayati. 2019, *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Petisah Kota Medan Sumatra Utara)*, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan.
- Martono, Nanang .2011 *Sosiologi Perubahan Sosial*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Marwa Nasution, Atik . 2018, *Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Setrategi Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran (Studi Kasus Pedagang Pasar Jembatan Dua, Tambora Jakarta Barat)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Muin, Klianto. 2006, *Sosiologi Jilid 3*, Jakarta : Erlangga.
- Mujahidin, Ahmad. 2007, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persaja.
- Nela Vitria, Avi. 2017, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Barter (Studi Kasus di Desa Benowo Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo)*, Skripsi Institusi Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nur Rianto M Al Arif. 2010, *Dasar – Dasar Pemanasan Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani. *Kompilasi Ekonomi Syariah* (Jakarta : Kencana Penada Media Group, 2009).

- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2004, *Teori Sosiologi Modern*. (Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Rukajat, Ajat. 2018, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, Yogyakarta: Deepublish.
- Rustanto, Bambang. 2015, *Penelitian Kualitatif Pekerja Sosial*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sabiq, Sayyaid. 1987 *Fiqh Sunnah*, Bandung : PT Al-Ma'ruf.
- Soekanto, Soerjono. 1994, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharjo. 2014, “*Peranan Modal Sosial Perbaikan Mutu Sekolah Dasar Di Kota Malang*”, PhD diss., Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sukma Dewi, Dian. 2018, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Sunyoto, Danang. 2014, *Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*), Yogyakarta : CAPS.
- Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia diakses pada 7 Maret 2021
- Swastha dan Sukotjo. 2002, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ke Tiga*, Yogyakarta: Liberty.
- Syafiera, Aisyah, 2016 *Perdagangan di Nusantara Abad Ke-16*, Jurnal Pendidikan Sejarah, Vol 4, No.3
- Sztompka, Piort. 2004, *Sosiologi Perubahan Sosial*, Jakarta: Perdana.

Tafsir, Ahmad. 2013, *Ilmu Pendidikan Islam*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ulyani Taigan, Khairin. 2017, *Implikasi Penerapan Sistem One Blrt One Road (Jalur Sutra Tiongkok) Terhadap Perdagangan Internasional Indonesia*, Skripsi Universitas Sumatra Utara Medan.

Wenats Eka Wuryanta, 2004. *Digitalisasi Masyarakat Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Digital dan Masyarakat Informasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1, Nomer 2, Desember 2004 ISSN 1829-6564.

Situs Internet

KBBI. Konvensional diakses pada tanggal 8 maret 2021
<https://kbbi.web.id/konvensional>

Realita.co, PSBB Diberlakukan, Omzet Pedagang Pasar Krian Terjun Bebas
 diakses pada 7 Maret 2021
<http://www.realita.co/psbb-diberlakukan-omzet-pedagang-pasar-krian-terjun-bebas>

Aji, Rustam. 2016. *Digitalisasi Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digitasl)*, Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01, Mei – Oktober 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Bukti lain yang relevan (Beberapa Foto Pasar dan Pedagang Konvensional)