

ABSTRAK

Abdul Khayi 180521100066, Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial dan Budaya, Unuversitas Trunojoyo Madura. Strategi Adaptasi Sosial Pedagang Nasi Boran Dengan Bentuk *Grab Food* (Studi Kasus Pedagang Nasi Boran Kelurahan Sidokumpul Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan). Dosen Pembimbing Dr. Arie Wahyu Prananta, S.Pi., M.Sos

Tujuan dari adanya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi sosial pedagang nasi boran dengan bentuk *Grab Food*. Hal ini sejalan dengan profesi para ibu-ibu Sidokumpul cenderung berprofesi sebagai pedagang nasi boran dengan menggunakan *Grab Food*. penelitian ini menggunakan teori Struktural Fungsional Talcott Parsons yang terdapat empat sistem yaitu *AGIL* sebagai pisau analisis untuk menjelaskan fenomena strategi adaptasi sosial yang dilakukan oleh masyarakat pedagang nasi boran. Menggunakan metode kualitatif dan pendekatan secara Studi Kasus. Teknik dalam menentukan informan terkait, yaitu menggunakan purposive sampling dengan tujuan agar pencarian data lebih terfokus dan mendalam. Metode analisis data yang digunakan, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan penelitian ini, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun metode keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi peneliti, triangulasi teori.

Hasil dari penelitian ini yaitu, dampak kemajuan teknologi pada proses berdagang yang memunculkan ketahanan sosial sebagai upaya untuk beradaptasi dalam keadaan sulit melalui *Grab Food*. *Grab Food* merupakan layanan pesan antar makanan dan minuman dari restoran atau UMKM yang dapat diakses dengan menggunakan aplikasi *Grab*. *Grab* adalah salah satu platform layanan on demand berasal dari Malaysia yang berpusat di Singapura. Berawal dari layanan transportasi dan kini memiliki layanan seperti delivery makanan dan layanan lain seperti pembayaran E-commerse. Strategi adaptasi sosial ditandai dengan banyaknya pedagang menyesuaikan dengan lingkungan disekitarnya menanyakan dengan sesama pedagang maupun kurir makanan online sehingga memerlukan pemasaran online seperti menggunakan delivery atau *Grab Food* dalam proses berdagang. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang membuat menurunnya pendapatan pedagang nasi boran. Strategi adaptasi pedagang nasi boran dapat ditandai dengan berubahnya sistem, yang awalnya membayar di tempat menjadi menggunakan pembayaran E-commerse. Hal ini akan timbulnya interaksi pedagang nasi boran dengan kurir *Grab Food* untuk bersosial sebagai pengetahuan pedagang nasi boran menjajakan dagangannya. Selain itu pedagang nasi boran akan melakukan interaksi terhadap pedagang nasi boran lainnya atau pedagang makanan cepat saji untuk menambah wawasan beradaptasi dengan bentuk *Grab Food*. Dengan begitu pedagang nasi boran diharuskan untuk konsisten dalam setiap memasarkan dagangannya dengan menggunakan *Grab Food*. Dengan adanya *Grab Food* menjadikan motivasi bagi para pedagang untuk beradaptasi terhadap lingkungan agar tetap semangat untuk berjualan nasi boran.

Kata Kunci : Strategi Adaptasi Sosial, Pedagang Nasi Boran, *Grab Food*

ABSTRACT

Abdul Khayi 180521100066, Sociology Study Program, Department of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University Madura. Social Adaptation Strategy of Boran Rice Traders with Grab Food Forms (Case Study of Boran Rice Traders in Sidokumpul Village, Lamongan District, Lamongan Regency). Supervisor Dr. Arie Wahyu Prananta, S.Pi., M.Sos

The purpose of this research is to find out how the social adaptation strategy of boran rice traders with the form of Grab Food. This is in line with the profession of Sidokumpul women who tend to work as boran rice traders using Grab Food. This research uses Talcott Parsons' Functional Structural theory which has four systems, namely AGIL as an analysis knife to explain the phenomenon of social adaptation strategies carried out by boran rice traders. Using qualitative methods and a case study approach. The technique in determining related informants, namely using purposive sampling with the aim of making data search more focused and in-depth. The data analysis methods used are observation, interviews, and documentation. The analysis method used in this research is data reduction, data presentation and conclusion drawing. The data validity method in this study uses source triangulation, method triangulation, researcher triangulation, theory triangulation.

The results of this study are the impact of technological advances on the trading process which raises social resilience as an effort to adapt in difficult circumstances through Grab Food. Grab Food is a food and beverage delivery service from restaurants or MSMEs that can be accessed using the Grab application. Grab is one of the on demand service platforms originating from Malaysia based in Singapore. Starting from transportation services and now has services such as food delivery and other services such as E-commerce payments. The social adaptation strategy is characterized by many traders adjusting to the environment around them asking fellow sellers and online food couriers so that they need online marketing such as using delivery or Grab Food in the trading process. This is due to technological advances that have decreased the income of boran rice traders. The adaptation strategy of boran rice traders can be characterized by changing the system, which initially paid on the spot to use E-commerce payments. This will lead to the interaction of boran rice traders with Grab Food couriers to socialize as knowledge of boran rice traders selling their wares. In addition, boran rice traders will interact with other boran rice traders or fast food traders to gain insight into adapting to the Grab Food form. That way boran rice traders are required to be consistent in every time they raise their merchandise by using Grab Food. With the existence of Grab Food, it motivates traders to adapt to the environment so that they remain enthusiastic about selling boran rice.

Keywords: Social Adaptation Strategy, Boran Rice Vendors, Grab Food

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kerangka Teori.....	6
2.2 Penjelasan Konseptual	8
2.2.1 Strategi	8
2.2.2 Adaptasi Sosial.....	9
2.2.3 Nasi Boran.....	9
2.2.4 <i>Grab Food</i>	10
2.3 Penelitian Terdahulu	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian Dan Pendekatan.....	15
3.2 Sumber Data	15
3.2.1 Data Primer	16
3.2.1 Data Sekunder	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data	16
3.3.1 Wawancara	16
3.3.2 Observasi.....	16
3.3.3 Dokumentasi	17
3.4 Teknik Pengumpulan Informan.....	17
3.5 Teknik Analisa Data.....	18
3.6 Teknik Penarikan Keabsahan Data	19

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	21
4.1 Deskripsi Singkat Kelurahan Sidokumpul	21
4.2 Penggunaan <i>Grab</i>	22
4.2.1 Layanan <i>Grab Food</i>	22
4.3 Kecamatan Lamongan.....	24
4.3.1 Geografi Kecamatan Lamongan	24
4.3.2 Demografi Kecamatan Lamongan	25
4.3.3 Pedagang Nasi Boran Di Kecamatan Lamongan	28
4.4 Deskripsi Kabupaten Lamongan.....	30
4.4.1 Kondisi Geografis	32
4.4.2 Kondisi Demografis	35
4.4.3 Pendidikan.....	36
4.4.4 UMKM Kota Lamongan	41
BAB V PEMBAHASAN	45
5.1 Profil Informan.....	45
5.1.1 Ibu Encing	46
5.1.2 Mbah Tum.....	47
5.1.3 Ibu Desi	49
5.1.4 Ibu Tiah	50
5.1.5 Ibu Yamiun	51
5.1.6 Ibu Tuminah	52
5.1.7 Mbak Iin	54
5.1.8 Bapak Muhklis	56
5.1.9 Bapak Bayu	57
5.1.10 Bapak Agus Prabowo.....	58
5.2 Strategi Pedagang Nasi Boran dalam Perspektif Struktural Fungsional Talcott Parsons	59
5.2.1 <i>Adaptation</i> (Adaptasi)	60
5.2.2 <i>Goal Attainment</i> (Pencapaian Tujuan)	62
5.2.3 <i>Integration</i> (Integrasi)	64
5.2.4 <i>Latency</i> (Pemeliharaan Pola).....	66
5.3 Perkembangan <i>Digitalisasi</i> di Lamongan	69
5.3.1 <i>Grab Food</i>	69
5.4 Strategi Adaptasi Sosial Pedagang Nasi Boran.....	70
5.4.1 Kerja Sama	70
5.4.2 Penggunaan <i>Digitalisasi</i> Pada Pedagang Nasi Boran	71
5.4.3 <i>Promosi</i> Pedagang Nasi Boran dalam Bentuk <i>Grab Food</i>	78
BAB VI PENUTUP	82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang di Telaah oleh Penulis	13
Tabel 4. 1 Lama Pemakaian <i>Grab Food</i>	23
Tabel 4. 2 Jumlah Luas Wilayah Kecamatan Lamongan.....	25
Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk Yang Ada di Kecamatan Lamongan.....	26
Tabel 4. 4 Usia Masyarakat Kecamatan Lamongan.....	26
Tabel 4. 5 Usia Masyarakat Kecamatan Lamongan.....	27
Tabel 4. 6 Luas Wilayah Menurut Wilayah	34
Tabel 4. 7 Jumlah Penduduk disertai Kelompok Umur	35
Tabel 4. 8 Jumlah SD di Kota Lamongan	37
Tabel 4. 9 Jumlah SMP di Kota Lamongan	38
Tabel 4. 10 Jumlah SMA di Kota Lamongan	39
Tabel 4. 11 Jumlah SMK di Kota Lamongan	40
Tabel 4. 12 Jumlah UMKM di Kota Lamongan	41
Tabel 5. 1 Daftar Informan.....	46
Tabel 5. 2 Sebelum dan Sesudah Menggunakan Aplikasi <i>Grab Food</i> (dalam perhari).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Lamongan.....	24
Gambar 4. 2 Pedagang Nasi Boran	29
Gambar 4. 3 Pedagang Nasi Boran	29
Gambar 4. 4 Peta Kabupaten Lamongan.....	33
Gambar 5. 1 Informan Pertama: Ibu Encing	47
Gambar 5. 2 Informan Kedua: Mbah Tum.....	48
Gambar 5. 3 Informan Ketiga: Ibu Desi.....	50
Gambar 5. 4 Informan Ke-Empat: Ibu Tiah.....	51
Gambar 5. 5 Informan Ke-Lima: Ibu Tiah.....	52
Gambar 5. 6 Informan Ke-enam: Ibu Tuminah	54
Gambar 5. 7 Informan Ke-Tujuh: Mbak Iin.....	55
Gambar 5. 8 Informan Ke-Delapan: Bapak Muhklis	57
Gambar 5. 9 Informan Ke-Sembilan: Bapak Bayu	58
Gambar 5. 10 Informan Ke-Sepuluh: Bapak Agus Prabowo	59
Gambar 5. 11 Bentuk Promosi Pedagang Nasi Boran	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara	87
Lampiran 2 : Hasil Wawancara.....	88