

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Modernisasi diartikan sebagai suatu proses perubahan dari masyarakat tradisional ke masyarakat yang modern. Faktor utama penyebab modernisasi adalah berkembang pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi dalam masyarakat. Modernisasi dapat dikatakan sebagai proses transformasi menuju kemajuan atau peningkatan dalam beberapa aspek kehidupan yang ada di masyarakat. Disimpulkan bahwa modernisasi merupakan perubahan suatu aspek yang awalnya tidak maju menjadi maju. Penyesuaian dengan peradaban zaman yang semakin berkembang dan modern. Kemajuan teknologi sangat berpengaruh dalam mentransformasi hubungan sosial karena sifat fleksibilitas dan kemampuan telematika sehingga dapat memasuki berbagai aspek kehidupan masyarakat. Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini telah berubah menjadi serba mudah dan modern. Mereka dapat dengan mudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi (Fauzul&Tesniyadi, 2022). Kemajuan teknologi mempengaruhi transformasi sosial, memudahkan akses informasi dan memungkinkan komunikasi yang semakin modern. Gaya hidup masyarakat kini cenderung lebih praktis dan terhubung berkat teknologi informasi dan komunikasi yang mudah diakses.

Pasar merupakan tempat jual beli selain toko, minimarket, dan supermarket. Di pasar inilah terjadi transaksi barang atau jasa antara pembeli dengan penjual. Pasar merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli yang didalamnya terdapat permintaan dan penawaran dalam proses ruang ruang dan waktu. Pedagang tradisional merupakan kegiatan transaksi jual beli dengan kondisi penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Pasar terbagi menjadi dua macam, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Pasar modern yaitu pasar yang dikelola oleh manajemen modern, umumnya terdapat di perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Bahkan pasar modern penjual dan

pembeli tidak berinteraksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang serta pelayanannya dilakukan secara mandiri (Fitriana, 2021).

Sesuai dengan perkembangan zaman, teknologi informasi yang sangat canggih diciptakan oleh manusia yang berguna untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas apapun seperti halnya dilihat dari sektor pemasaran, yang dulunya tidak menggunakan penjualan atau pun pembelian secara *online* namun sesuai perkembangan teknologi kini transaksi *online* juga dapat dilakukan. Maka terciptalah yang namanya pasar *online*. Pasar *online* merupakan tempat menjual belikan suatu barang atau jasa dengan jarak jauh atau tidak berhadapan secara langsung. Transaksi *online* yang digunakan antara pembeli dan penjual ini menggunakan teknologi *handphone*. Keberadaan pedagang melalui pasar *online* semakin meningkat berbanding terbalik dengan pedagang konvensional. *E-commerce* sebagai suatu pasar baru yang menawarkan komoditas jenis baru yaitu produk-produk digital melalui proses digital dan bagian dari pendekatan pengembangan bisnis yang melibatkan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi pada level produk dan distribusi barang dan jasa dalam skala global (Fitriana, 2021).

Pasar online membuka pintu untuk akses *global*, memungkinkan konsumen untuk membeli barang dan jasa dari berbagai belahan dunia tanpa batasan geografis. *E-commerce* mendorong inovasi dan kompetisi, memaksa bisnis untuk beradaptasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan. Transformasi digital yang terus berkembang, *e-commerce* memiliki potensi besar sebagai platform untuk pertumbuhan ekonomi dan koneksi *global* di era modern. *E-commerce* memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Melalui promosi dan strategi pemasaran *online* yang cerdas, bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas. Sebagai sebuah tren yang terus berkembang *e-commerce* akan terus mempengaruhi pola belanja dan ekonomi *global*.

Adapun yang menjadi persoalan dalam beradaptasi pedagang konvensional terhadap perkembangan zaman yang menitikberatkan pada sistem digital atau *online*, sehingga memudahkan dalam memilih dan membeli suatu barang atau

produk yang diinginkan. Akan tetapi kelebihan yang menjadi dasar pengawasan konsumen terhadap barang yang diinginkan sehingga konsumen memilih pasar atau pedagang konvensional sebagai pilihan alternatif dalam kualitas barang.

Hasil penelitian (Samandra & Usman, 2023) menunjukkan semenjak adanya *e-commerce* dan masyarakat diterpa pandemi 2019, pedagang konvensional mengalami penurunan pendapatan, karena konsumen berada di tahap pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja *online*. Oleh karena itu, pasar *online* ini semakin hari semakin diminati banyak masyarakat karena tidak repot-repot keluar rumah untuk berbelanja. Belum lagi di dalam *E-commerce* sering menawarkan potongan harga guna menarik pembeli. Ketika hari-hari tertentu platform-platform belanja *online* sering mengadakan diskon besar-besaran contohnya libur hari raya idul fitri dan natal. *E-commerce* sering mengadakan potongan harga serta memudahkan konsumen dalam berbelanja barang dan jasa hal tersebut membuat lahirnya kondisi masyarakat yang konsumtif. Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen.

Berkembangnya *e-commerce* membuat beberapa pasar tradisional kurang diminati oleh pengunjung. Contohnya adalah pasar Tanah Merah. Pasar Tanah Merah merupakan salah satu pasar yang dikatakan sebagai pasar tumpah. Pasar yang menjual barang dagangan yang masih segar diletakkan di tanah yang hanya beralaskan kain terpal, plastik atau semacamnya bertumpuk dalam sebuah keranjang hingga tercecer tumpah ke jalan disebut dengan pasar tumpah. Pasar tumpah dapat digolongkan sebagai pasar tradisi dimana dapat ditemui kegiatan ekonomi *supply-demand*, dengan sistem transaksi yang dilakukan secara kontan, serta dapat dilakukan negosiasi tawar-menawar dalam beragam kebutuhan. Adanya Pasar Tanah Merah yang dikatakan sebagai pasar tumpah tersebut mengakibatkan sering terjadi kemacetan yang dipicu oleh interaksi, parkir motor dan mobil serta lalu-lalang para pembeli maupun pedagang di pinggir jalan.

Berbeda dengan pasar-pasar yang ada di kota lainnya, yakni terdapat pasar yang ramai di hari-hari tertentu. Kehidupan masyarakat desa umumnya masyarakat menjadikan pasar tradisional sebagai jantung perekonomiannya. Dibandingkan pasar yang lain, Pasar Tanah Merah juga cukup terkenal dengan komoditas penjualan

kebutuhan yang sangat lengkap seperti kebutuhan pokok berupa ikan, sayur-sayuran, beras, pakaian, seragam sekolah, perlengkapan kosmetik, serta di hari pasaran tertentu terdapat pasar unggas, sapi, kambing, barang-barang bekas dan lainnya. Puncak paling ramai dalam siklus mingguan sebagaimana lazim terjadi pada hari pasaran lainnya, salah satunya yaitu di pasar Tanah Merah dengan pasar *satto-an* (pasar sabtu). Seminggu sekali yaitu di hari sabtu pasar Tanah Merah menjadi hari puncak pasaran, tingkat kehadiran pengunjung meningkat drastis dari hari biasanya. Hari pasaran menjadi ajang pertemuan akbar penjual dan pembeli terutama komoditas ternak, unggas, kambing, sapi dan barang-barang bekas memenuhi ruang-ruang pasar sehingga meluap hingga ke jalan raya yang menyebabkan kemacetan panjang.

Oleh sebab itu, Pemerintah Kabupaten Bangkalan mulai membangun pasar tradisional Tanah Merah dengan konsep semimodern, guna mengatasi kemacetan lalu lintas serta untuk meningkatkan perekonomian masyarakat pedagang di pasar Tanah Merah. Lokasi pembangunan pasar baru tersebut berada di sebelah utara jalan yang dulunya di jadikan sebagai *Pasar Laké* (pasar laki-laki). Sesuai dengan namanya, dulu *Pasar Laké* dijadikan tempat menjual barang-barang yang berbau laki-laki diantaranya celurit, cangkul, peci, alat-alat bangunan dan masih banyak lainnya. Sementara itu, dibelakangnya terdapat pasar sapi namun sudah dipindahkan tidak jauh yakni ke sebelah timur desa Petrah.

Melansir dari laman *Mediajatim*, Relokasi para pedagang di Pasar Tanah Merah yang direncanakan oleh Dinas Perdagangan (DisDag) setempat sejak Maret 2024 tetapi sampai saat ini belum tealisasi. Perkiraan anggaran pembangunan terbusut Rp.107 miliar. Selain gedung dan parkir pasar, melalui anggaran tersebut juga akan dibangun jembatan penghubung antara sisi selatan dan utara. Menurut Kepala Bidang Pengelolaan Pasar pada Dinas Perdagangan (Disdag) Kabupaten Bangkalan Susanto 2019, bahan yang akan digunakan pada proyek pembangunan pasar Tanah Merah itu dengan konsep semimodern adalah rangka baja dan nantinya akan dibuat menjadi dua lantai. Dengan harapan kemacetan yang sering terjadi bisa teratasi dimana dengan dua lantai para pedagang yang biasa berjualan di pinggir jalan bisa tertampung semua (Yahya, 2024) .

Namun kebijakan pemerintah untuk merevitalisasikan pasar berbanding terbalik dengan harapannya, karena selama tiga tahun para pedagang terabaikan tanpa kejelasan sebagai dampak dari pembangunan pasar palawija tersebut. Relokasi pedagang ke pasar baru dijanjikan hanya enam bulan karena pasar Tanah Merah sedang dibangun, tetapi sampai saat ini belum kunjung diresmikan dan ditempati oleh para pedagang di pasar Tanah Merah. Bahkan bangunan pasar baru itu disebut-sebut tidak mampu menampung seluruh pedagang karena tidak layak untuk dijadikan tempat jualan. Oleh sebab itu, hal tersebut banyak memberikan pro dan kontra terhadap para pedagang sehingga para pedagang enggan untuk berpindah ke tempat pasar yang baru dibangun.

Pasar Tanah Merah yang dulunya selalu ramai dikunjungi masyarakat untuk membeli kebutuhan primer terutama pakaian dan kosmetik kini telah mulai dikurangi pengunjung. Semakin hari permasalahan penjualan secara *online* ini akan terus meningkat dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Semakin berkembangnya *e-commerce* akan membuat pedagang pakaian dan kosmetik yang berjualan di pasar mengalami penurunan. Bahkan jika tidak diimbangi oleh kekuatan modal yang dimiliki oleh pedagang. Kondisi pasar yang sepi pembeli berdampak pada menurunnya jumlah pendapatan para pedagang. Kekuatan modal yang dimiliki bukan hanya bersumber pada modal ekonomi, namun juga bersumber pada modal sosial yang dapat menentukan keberlanjutan suatu usaha. Hal ini juga terjadi di Pasar Tanah Merah, pedagang beresiko akan mengalami penurunan omset penjualan secara signifikan dan akan terancam bangkrut jika tidak memiliki kekuatan strategi dalam mempertahankan usaha (Ferandez et.al, 2023).

Judul tersebut berfokus pada strategi adaptasi yang dihadapi oleh pedagang pakaian dan kosmetik di Pasar Tanah Merah dalam menghadapi permasalahan yang saat ini terjadi. Fenomena ini muncul seiring dengan transformasi digital dan penggunaan platform *online* sebagai cara baru berbelanja. Peneliti bertujuan untuk meneliti pedagang pakaian dan pedagang kosmetik karena kedua pedagang tersebut yang paling terdampak dari adanya transformasi digital khususnya perdagangan *online*. Pedagang pakaian dan kosmetik di pasar Tanah Merah mengalami tantangan dengan tren baru ini, termasuk perubahan dalam pola pembelian, preferensi konsumen dan persaingan dengan penjual *online*. Pasar

Tanah Merah Bangkalan sebagai lokasi penelitian menawarkan wawasan tentang dinamika antara pedagang tradisional dan platform *online*. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berusaha untuk memahami pengalaman, persepsi, dan strategi yang digunakan oleh pedagang konvensional dalam mengatasi perubahan ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan dan diuraikan di atas maka rumusan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang pakaian dan kosmetik di Pasar Tanah Merah Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan memahami strategi adaptasi para pedagang pakaian dan kosmetik di Pasar Tanah Merah Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan online shop yang saat ini diminati oleh banyak kalangan. Dan penelitian ini dapat menjadi bahan diskusi dan menambah suatu wawasan pengetahuan bagi efektivitas akademik.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah suatu wawasan informasi dan pengetahuan serta pemikiran mengenai strategi adaptasi pedagang pakaian dan kosmetik serta dapat melihat penerapannya di pasar Tanah Merah.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan bagi pengelola pasar untuk mengetahui dan memaksimalkan strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pakaian dan kosmetik dalam bersaing dengan pasar

online misalnya seperti perbaikan pembangunan pasar, kebersihan lingkungan pasar dan kondisi fisik pasar lainnya agar dapat menarik pembeli untuk berbelanja secara aman dan nyaman di pasar tradisional.

c. Bagi jurusan Sosiologi

Penelitian ini dapat menjadi tambahan pemikiran dan diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa dalam penulisan skripsi maupun penulisan selanjutnya. Terkait analisis tentang strategi yang dilakukan pedagang pakaian dan kosmetik di pasar Tanah Merah.