

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah perkotaan tentu tidak lepas dari perannya sebagai pusat aktivitas ekonomi seperti aktivitas perdagangan. Perdagangan merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Salah satu pusat perdagangan dalam hal ini adalah pasar. Pasar merupakan salah satu fasilitas umum yang sangat penting bagi perekonomian suatu daerah, dimana didalamnya menjadi tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli dalam proses ruang dan waktu (Damsar & Indrayanti, 2018:10). Dalam konteks perdagangan lokal, pasar berperan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dalam proses pemenuhan kebutuhan. Salah satu jenis pasar dalam hal ini adalah pasar tradisional. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli yang dilakukan dengan proses tawar menawar secara langsung. Tawar – menawar menjadi sebuah aspek yang tidak kalah menarik dalam pasar tradisional dikarenakan adanya sebuah interaksi sosial yang erat dengan saling berkomunikasi secara langsung yang mana jarang ditemukan pada pasar modern (Arifin et al., 2023).

Seiring berkembangnya zaman dimana teknologi informasi yang semakin canggih telah membuat adanya perubahan aktivitas dalam sektor pemasaran. Jika yang awalnya tidak menggunakan penjualan atau pembelian secara *online*, kini terdapat transaksi *online* yang dapat dilakukan. Hal inilah yang dapat terciptanya pasar online. Pasar *online* merupakan tempat menjual belinya suatu barang atau jasa yang tidak berhadapan secara langsung (Adha et al., 2022). Transaksi *online* ini digunakan antara pembeli dan penjual menggunakan teknologi berupa *smartphone*. Keberadaan pedagang melalui pasar *online* kini kian semakin meningkat. Hal inilah berbanding terbalik dengan pedagang konvensional. *E-Commerce* sebagai suatu pasar baru yang menawarkan komoditas jenis baru yaitu adanya produk-produk melalui proses digital dan bagian dari pendekatan pengembangan bisnis yang melibatkan teknologi informasi dan

komunikasi pada level produk dan distribusi barang dalam skala global (Fitriana, 2021).

Di Indonesia, penggunaan internet terus mengalami peningkatan secara signifikan. Berdasarkan data dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia. Sementara tingkat penetrasi pengguna internet mencapai 79,5%. Hal ini menunjukkan peningkatan tingkat penetrasi pengguna internet terhitung sejak tahun 2018 mencapai 64,8%, kemudian tingkat penetrasi pengguna internet 73,7% di tahun 2020, 77,01% di tahun 2022, 78,19% di tahun 2023 dan 79,5% di tahun 2024. Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. 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 berbelanja secara online. Oleh karena itu, pasar *online* inilah semakin hari semakin diminati karena banyak masyarakat yang tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk berbelanja. Tak hanya itu *E-commerce* juga menampilkan fitur yang menawarkan potongan harga guna menarik pembeli. Adanya potongan harga dan kemudahan konsumen dalam berbelanja barang dan jasa inilah membuat lahirnya kondisi masyarakat yang konsumtif. Perilaku konsumtif adalah bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen secara berlebihan dan tanpa didasarkan pada kebutuhan yang nyata (Nurudin, 2017).

Adapun yang menjadi persoalan dalam hal ini adalah adanya dampak nyata dari transformasi digital terhadap pelaku ekonomi khususnya pedagang konvensional. Di tengah arus digitalisasi yang pesat, terutama pada para pedagang yang sudah lama berjualan secara konvensional harus memiliki strategi adaptasi dalam menghadapi tantangan baru seperti perubahan perilaku konsumen yang mengarah pada konsumsi digital seperti dalam hal keputusan pembelian secara *online*. Dalam hal ini seperti

halnya yang terjadi pada pasar buku konvensional Kampung Ilmu Surabaya. Pasar buku “kampung ilmu” merupakan salah satu sentra penjual buku yang berada di Jalan Semarang, Bubutan, Kota Surabaya. Pasar buku konvensional ini berdiri sejak tahun 2008 dan menyediakan berbagai jenis genre buku yang dijual mulai dari novel, komik, buku pelajaran, buku mata kuliah, hingga majalah umum. Pasar konvensional ini ditandai dengan tampilan fisik yang sederhana, tradisional dan kurang bersentuhan dengan media komunikasi dan teknologi (Damsar & Indrayanti, 2018:219). Semula para pedagang buku tersebut adalah para pedagang kaki lima yang berjualan buku di trotoar Stasiun Pasar Turi. Pengertian pedagang kaki lima (PKL) ini mengarah pada yang semula berjualan di area stasiun pasar turi pedagang yang menggelar barang dagangan di pinggir jalan, atau didepan toko yang dianggap strategis (Putranto, 2019).

Pasar buku “Kampung Ilmu” ini sangatlah berbeda dengan pasar buku lainnya. Hal yang membedakan dengan pasar buku lainnya yakni lokasi atau atmosfer pasar buku “Kampung Ilmu” yang cenderung lebih terbuka dengan nuansa pasar yang masih rindah dan tradisional, serta menawarkan jenis buku bekas dan buku langka. Pada pasar buku “Kampung Ilmu” juga memiliki sebuah paguyuban pedagang buku yang mana para pedagang tersebut ikut berperan andil dalam meningkatkan minat baca bagi masyarakat dahulu seperti sering mengadakan kegiatan lomba baca puisi dan aktivitas lainnya yang mana mengarah pada pemberdayaan masyarakat terutama dalam hal literasi. Namun kegiatan tersebut sudah tidak aktif lagi akibat diterpa covid 19 yang lalu. Dahulu pasar buku kampung ilmu selalu ramai dikunjungi oleh pengunjung untuk membeli buku secara langsung baik buku bekas maupun baru.

Berkembangnya teknologi informasi yang pesat dengan bermunculannya *E-Commerce* inilah telah mengubah perilaku konsumen dalam membeli buku. Hal tersebut yang terjadi pada pedagang buku konvensional yang semula mengandalkan toko buku fisik, kini terjadi perubahan konsumen dalam hal membeli buku secara *online*. Dalam hal ini seperti yang dialami oleh para pedagang buku di Kampung Ilmu jika tidak memiliki kekuatan strategi dalam mempertahankan usahanya. Kondisi ini tentunya dapat memberikan tekanan tersendiri terhadap eksistensi pasar buku

konvensional seperti pada pasar buku “Kampung Ilmu” Kecamatan Bubutan, Kota Surabaya.

Pada fenomena yang sudah digambarkan diatas, sangatlah penting untuk diteliti agar dapat mengetahui dan memahami bagaimana suatu bentuk adaptasi yang dilakukan yang didasarkan pada pilihan rasional atau sebuah pengambilan keputusan ekonomi yang dilakukan oleh para pedagang buku ketika menghadapi transformasi digital saat ini. Penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Omta Purba pada tahun 2021 yang membahas mengenai strategi bertahan pedagang buku di Terminal Senen, Kota Jakarta. Hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya para pedagang buku tetap optimis terhadap kios buku fisik. Demikian mengenai hal tersebut, perlu dilakukan perluasan dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini peneliti memfokuskan pada strategi adaptasi pedagang buku di pasar buku “Kampung Ilmu” Surabaya yang didasarkan pada pilihan rasional dengan prespektif teori pilihan rasional menurut James S. Coleman.

Peneliti memilih teori pilihan rasional sebagai pisau analisis didalamnya karena strategi adaptasi pedagang buku di kampung ilmu tersebut adalah bagian hasil dari keputusan yang rasional, bukan sekedar reaksi spontan terhadap perubahan pasar mengingat para pedagang buku yang ada mayoritas pedagang dewasa dan memiliki beberapa pertimbangan rasional dalam menetapkan sebuah strategi. Teori ini juga memandang individu sebagai aktor rasional yang bertindak berdasarkan kalkulasi untung dan rugi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal inilah pedagang buku di kampung ilmu diasumsikan untuk melakukan kalkulasi rasional dalam memilih strategi adaptasi yang dianggap paling menguntungkan dan paling memungkinkan dalam keterbatasan sumber daya yang mereka miliki. Dengan demikian, melalui prespektif ini penelitian yang ada bertujuan untuk mengkaji bagaimana bentuk-bentuk strategi adaptasi yang didasarkan pada pilihan rasional yang dilakukan oleh pedagang buku, serta mengetahui bagaimana implikasi strategi yang digunakan oleh para pedagang buku di Kampung Ilmu Surabaya. Oleh karena itu penelitian ini tidak hanya menggambarkan sebuah strategi adaptasi saja, melainkan menganalisis

bagaimana tindakan rasional yang melandasi pilihan tindakan para pedagang buku untuk keberlanjutan usaha perdagangan mereka. Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Adaptasi Pedagang Buku Konvensional pada Pasar Buku Kampung Ilmu Surabaya.”

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana bentuk strategi adaptasi yang dipilih oleh pedagang buku berdasarkan pertimbangan rasional?
2. Bagaimana implikasi strategi yang digunakan oleh pedagang buku di pasar buku kampung ilmu Surabaya?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penulis membuat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menjelaskan bentuk strategi adaptasi yang didasarkan pada pertimbangan rasional yang dilakukan oleh pedagang buku di kampung ilmu Surabaya
2. Menjelaskan implikasi strategi yang digunakan oleh pedagang buku di kampung ilmu Surabaya

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, hasil penelitian diharapkan memberi manfaat bagi:

1. Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi peneliti dalam bidang kajian sosiologi ekonomi
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian sosial yang berkaitan dengan strategi adaptasi pada perubahan pasar dalam bidang ekonomi

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai berbagai bentuk adaptasi yang didasarkan pada pilihan rasional yang dapat diterapkan oleh para pedagang buku
- b. Penelitian ini dapat memberikan saran dan informasi terkait perdagangan buku khususnya bagi pedagang buku di kampung ilmu Surabaya