

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pasar merupakan tempat terjadinya kegiatan ekonomi. Pasar tempat terjadinya transaksi bertemunya penjual dalam memasarkan dagangannya dan pembeli yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di dalam pasar interaksi yang sering terjadi adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli, hal ini sudah menjadi sosial budaya masyarakat Indonesia hingga saat ini masih dilakukan. Keberadaan pasar tradisional merupakan representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, serta tempat bergantung para pedagang skala kecil-menengah.²

Seiring berkembangnya zaman menjadikan pasar semakin sedikit tergeser dari segi perekonomiannya. Perkembangan teknologi mampu menggeser segalanya terutama perekonomian pasar tradisional pada saat ini. Selain itu, maraknya pasar modern seperti swalayan, minimarket, maupun supermarket akhir-akhir ini telah menggeser peran pasar tradisional. Mayoritas masyarakat saat ini telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya dari pasar modern, terutama masyarakat perkotaan. Meski harganya sedikit mahal, namun kualitas barang barang lebih baik. Bahkan untuk beberapa jenis barang, harganya lebih murah daripada pasar tradisional. Saat ini pasar

² Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional : Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. (Jakarta: PTGramedia Pustaka Utama, 2011), hal. 159.

modern sudah sangat mudah dijangkau oleh masyarakat kelas bawah.

Selain pasar modern juga ada kegiatan jual beli yang telah merambah saat ini dan cukup membuat pasar tradisional semakin tergeser yaitu jual beli yang dilakukan secara online atau melalui *E-Commerce*. Dimana saat ini telah banyak masyarakat yang menggeluti bisnis melalui *E-Commerce*, baik itu sandang, maupun pangan yang dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Seiring berkembangnya media sosial pada saat ini justru dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk berbisnis. Bagi sebagian masyarakat hal ini sangat menguntungkan bagi konsumen maupun penjual, karena kita perlu repot-repot berdesak-desakan atau bertatap muka untuk membeli kebutuhan kita, cukup dengan memainkan jari kita untuk berseluncuran di internet atau media sosial, sudah bisa memilih dan bernegosiasi tanpa bertatap muka.

Aplikasi *Shopee* merupakan salah satu *E-Commerce* sebagai pusat jual beli *online*. *Shopee* mampu menembus perkembangan ekonomi kreatif melalui platform jual beli online yang berbasis *mobile apps*. Platform belanja terbesar di Indonesia yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online, terpercaya, serta dapat memberikan penawaran menarik via website ataupun aplikasi. Mendaftarkan produk jualan dan berbelanja dengan semua penawaran yang menarik dan harga yang terjangkau termasuk gratis ongkir ke seluruh Indonesia.³

³ Maulana & Susilo, H, Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29, NO.1. 2015, hal. 11

E-Commerce termasuk *Shopee* pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen melakukan belanja *online*, kebanyakan konsumen berbelanja *online* menggunakan aplikasi *Shopee*. Sehingga dampak aplikasi *Shopee* terhadap perekonomian adalah semakin meningkatnya ekonomi para pelaku bisnis.⁴ Terlepas dari itu, sebagian bisnis mengalami penurunan ekonomi karena tidak memanfaatkan aplikasi dan belanja *online*.

Adanya *E-Commerce* atau pemasaran secara *online* membawa dampak tersendiri bagi pedagang pasar tradisional. Pasar tradisional telah dihadapkan dengan pesaing-pesaing modern. *E-Commerce* kini telah menjadi pilihan para konsumen karena dinilai lebih mudah dan praktis. Selain itu, kompleksitas kelemahan pasar tradisional seperti desain, tata ruang/letak dan tampilan, alokasi waktu, kurangnya teknologi, kualitas barang, promosi penjualan, dan kurangnya tingkat keamanan menyebabkan konsumen beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern dan belanja *online*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Isa Sunyoto dkk, sebagian besar (70%) masyarakat lebih memilih melakukan transaksi secara *online*.⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Sigalingging bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perekonomian. Hal ini diakibatkan dari beberapa faktor yaitu konsumen yang ingin berbelanja dengan menghemat

⁴ Faiza, Dampak Pembelian *Online Shop* di *Shopee* Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 2019, hal. 16

⁵ Sunyoto, Pengaruh Perdagangan *Online* Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang, *Riptek* Vol. I2, No. 2, Tahun 2018, hal. 107-118.

waktu dan biaya.⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Fadillah potensi besar pembelian online terhadap pertumbuhan penjualan. Bahkan diprediksi bisa menghilangkan pembatasan, jika para pelaku bisnis berkonsentrasi pada peningkatan pelayanan dan harga yang terjangkau. Selain itu, dimungkinkan untuk membentuk segmentasi pasar yang beragam. Namun, karakteristik pasar lebih sensitif terhadap ketidaknyamanan atau kerugian.⁷

Terlepas dari dampak aplikasi jual beli online, perekonomian perlu diupayakan oleh pedagang pasar. Antara lain dengan memberikan rasa kepercayaan penuh ketika ada konsumen yang ingin berhutang serta faktor harga yang penting, harga faktor utama yang bisa menarik para konsumen.⁸ Sedangkan menurut menurut Ayyub dalam penelitiannya, upaya pedagang pasar tradisional dalam meningkatkan perekonomian antara lain memusatkan harga, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan.⁹

Pasar Wage merupakan pasar tradisional di kabupaten Tulungagung yang terletak tidak jauh dari pusat kota, Pasar Wage Tulungagung mulai berdiri sekitar 1960 an. Dalam perkembangannya sudah beberapa kali dilakukan perbaikan, karena adanya musibah kebakaran di pasar Wage.

⁶ Sigalingging, Pengaruh Customer Behavior Dan E-Commerce Terhadap Pasar Modern Di Kota Medan, *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)* Universitas Pendidikan Ganesha, Vol : 11 No : 1 Tahun 2020 e- ISSN: 2614 – 1930, hal. 1-12

⁷ Fadillah, Dampak Pembelian Online terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita di Blok B Lantai Lg Los Ad, Pasar Tanah Abang, *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION Economic, Accounting, Management and Business* Vol. 2, No. 4, October 2019, hal. 1-10

⁸ Emiliana Sadillah, *Eksistensi Pasar Tradisional*. (Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional. 2011), hal. 88

⁹ Nurhasanah Ayyub, Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Kaitannya Dengan Keberadaan Pasar Modern, *Jurnal Teknik Planologi Universitas Esa Unggul*, Jakarta, VOL 1 No. 1. hal. 39

Terakhir diadakan perbaikan pada tahun 2013, walaupun tidak semuanya. Seperti halnya pasar rakyat lainnya, Pasar Wage ini juga mempunyai ciri-ciri adanya proses tawar-menawar harga antara penjual dan pembeli sehingga transaksi terjadi setelah adanya kesepakatan harga.¹⁰

Bukan hanya transaksi jual-beli yang dapat ditemui di Pasar Wage, namun juga tentang budaya orang-orang Indonesia dalam bermasyarakat dengan lingkungan sekitarnya dapat ditemui di tempat ini. Selain itu di Pasar Wage juga tempat para produsen atau pemilik barang pertama (tangan pertama) dapat menawarkan barang produksi atau dagangnya kepada pedagang/penjual yang ada di pasar rakyat tersebut. Secara umum, transaksi jual-beli pedagang Pasar Wage dilakukan secara *offline* atau langsung tanpa perantara *online*.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu pedagang pasar Wage Kabupaten Tulungagung. Adanya kegiatan jual-beli *online*, pedagang mengalami penurunan pendapatan hampir 30% dari tahun-tahun sebelumnya terutama saat masa pandemi covid 19. Konsumen lebih memilih melakukan jual-beli secara online dikarenakan faktor efisiensi dan faktor pandemi.¹¹ Secara umum memang terjadi penurunan tingkat pendapatan karena adanya jual-beli secara online, namun tidak semua pedagang mengalami penurunan drastis.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Pedagang pakaian pasar Wage Kabupaten Tulungagung pada 07 April 2022

¹¹ Hasil wawancara dengan Pedagang makanan pasar Wage Kabupaten Tulungagung pada 07 April 2022

Sebagian dari mereka mengupayakan dengan melakukan inovasi strategi pemasaran dan memilih mencari sumber pendapatan lain untuk mempertahankan perekonomiannya.¹²

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti ingin mengetahui kondisi perekonomian pedagang pasar dengan adanya aplikasi “*Shopee*” dan upaya pedagang pasar untuk menarik pelanggan dan tetap mempertahankan penghasilannya. Oleh karena itu, penulis mengambil judul penelitian **“Dampak Aplikasi “*Shopee*” terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pada Pedagang Pasar Wage Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi perekonomian pedagang pasar dengan adanya aplikasi “*Shopee*”?
2. Bagaimana upaya pedagang pasar untuk menarik pelanggan dan tetap mempertahankan penghasilannya ?

¹² Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*, (Yogyakarta, Penerbit K-Media 2020), hal. 3

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mendeskripsikan kondisi perekonomian pedagang pasar dengan adanya aplikasi “*Shopee*”.
2. Untuk mendeskripsikan upaya pedagang pasar untuk menarik pelanggan dan tetap mempertahankan penghasilannya.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat pada berbagai pihak, yaitu:

1. Kegunaan teoritis

- a. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam disiplin ilmu sosial dan ekonomi.
- b. Untuk mengembangkan pengetahuan tentang dampak aplikasi “*Shopee*” terhadap perekonomian pedagang pasar.
- c. Untuk memperkuat teori ilmu pengetahuan sosial.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi Perguruan Tinggi IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Institut Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung UIN SATU Tulungagung, sebagai bahan masukan dan sumbangsih pemikiran untuk tercapainya pelaksanaan pendidikan.

b. Bagi Pasar Wage Kabupaten Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan yang konstruktif bagi pasar dalam mengembangkan perekonomian pedagang pasar.

c. Bagi Pedagang

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan masukan bagi pedagang pasar tentang upaya yang dilakukan untuk tetap mempertahankan perekonomian.

d. Bagi peneliti

Merupakan pengalaman yang berharga dan menambah hazanah ilmu pengetahuan, terutama dalam hal dampak aplikasi online terhadap perekonomian pedagang pasar.

e. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya yang berhubungan dengan dampak aplikasi online terhadap perekonomian pedagang pasar.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dalam memahami istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan istilah.

1. Penegasan Konseptual

a) Dampak

Dampak merupakan pengaruh kuat yang mendatangkan suatu

akibat tertentu (baik positif maupun negatif). Pengaruh sendiri adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.¹³

b) Aplikasi “Shopee”

Shopee adalah situs elektronik komersial yang bergerak dibidang website dan aplikasi *e-commerce* secara *online*.¹⁴ *Shopee* dapat diakses melalui *smartphone* dengan mudah dan menyenangkan baik itu menggunakan aplikasi maupun mengunjungi *website Shopee*. Produk yang ditawarkan *Shopee* lebih mengarah pada fashion, aksesoris, dan perlengkapan rumah tangga.

c) Perekonomian

Perekonomian adalah serangkaian besar kegiatan produksi dan konsumsi yang saling terkait yang membantu dalam menentukan bagaimana sumber daya yang langka dialokasikan. Perekonomian mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan produksi, konsumsi, dan perdagangan barang dan jasa.¹⁵

¹³ Suharno dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya, 2006), hal.243

¹⁴ Nugraheni, *Peran Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Gerai Busana All Colection Bandar Lampung)*, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung 1442 H/2020 M), hal. 4

¹⁵ Rahardjo Adisasmata, *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah*, cetakan pertama, (Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013), hal. 4.

d) Pedagang Pasar

Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya.¹⁶

e) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang berkembang di masyarakat dengan pedagang asli pribumi. Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan. Sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari bisa mendapatkannya di situ.¹⁷

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah secara konseptual diatas, maka penegasan istilah secara operasional yang dimaksud dari **“Dampak Aplikasi “Shopee” terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pada Pedagang Pasar Wage Kabupaten Tulungagung)”** maksudnya adalah suatu keadaan dimana ada dampak aplikasi “Shopee” terhadap perekonomian pedagang pasar Wage. Dampak aplikasi “Shopee” terhadap pedagang dapat berupa dampak

¹⁶ M Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama. 2012), hal. 98

¹⁷ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 108

penjualan, dampak jumlah konsumen/pembeli, dan minat beli konsumen/pembeli. Dengan demikian, perlu upaya pedagang pasar untuk menarik pelanggan dan tetap mempertahankan penghasilannya. Antara lain upaya mempertahankan konsumen/pembeli, mempertahankan omset penjualan, dan upaya melalui teknik/cara berdagang.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar pembahasan lebih mudah, terarah dan sistematis, maka dalam skripsi ini penulis klasifikasikan kedalam enam bab, dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian pendahuluan skripsi yang berisi tentang halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, pra kata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar lampiran, halaman abstrak.

2. Bagian Utama Skripsi

Pada bagian ini terdiri dari enam bab, yang masing-masing disusun dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I: Berisi pendahuluan yang di dalamnya memuat konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II: Berisi kajian pustaka yang membahas tinjauan tentang *E-Commerce*, aplikasi “*Shopee*”, perekonomian pedagang pasar, karakteristik

pasar tradisional, dampak aplikasi “*Shopee*” terhadap perekonomian, upaya pedagang pasar tradisional dalam meningkatkan perekonomian, penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian.

BAB III :Berisi metode penelitian yang membahas rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Paparan hasil penelitian, terdiri dari deskriptif data, temuan penelitian, analisis data, Pembahasan yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dan pernyataan-pernyataan penelitian.

BAB V: Pembahasan berisi mengenai keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya.

BAB VI: Merupakan bab terakhir yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan harus mencerminkan makna temuan-temuan. Sedangkan saran berdasarkan temuan dan pendapat penulis.

3. Akhir Skripsi

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar rujukan yang memuat bahan rujukan, lampiran-lampiran yang berisi keterangan-keterangan yang dipandang penting untuk skripsi, dan daftar riwayat hidup.