

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia seperti proses perubahan kondisi perekonomian secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. perkembangan ekonomi dapat diartikan juga sebagai kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk pendapatan nasional. Adanya perkembangan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi. Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini bisa diukur oleh maraknya pembangunan pusat dan perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah.

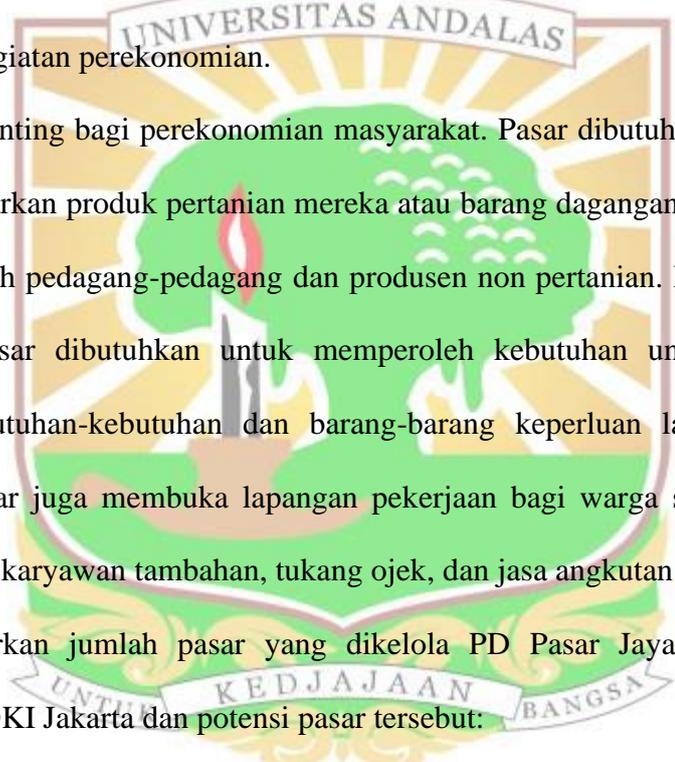
Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam stabilitas pangan seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya. Apabila terjadi kelangkaan salah satu kebutuhan pokok seperti beras misalnya, hal ini dapat menyebabkan pemerintah kalang kabut karena beras merupakan bahan pokok makanan yang paling utama di Indonesia. Pasar tradisional juga mempunyai peranan yang sangat strategis dalam rangka peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja, untuk itu diperlukan upaya-upaya dalam rangka peningkatan daya saing pasar tradisional demi menjaga keberadaan pasar tradisional yang ada di Indonesia.

Keberadaan pasar bagi masyarakat sudah menyatu dan dianggap penting dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan. Masyarakat dalam

memenuhi kebutuhan hidupnya selalu bergantung pada hal-hal lain, diantaranya memerlukan sandang, pangan, dan papan untuk melengkapi keberadaannya. Mulanya masyarakat melakukan barter (tukar menukar barang) dalam memenuhi sebagian kebutuhan hidupnya dan pada masa yang kemudian mereka memerlukan pertukaran barang dengan sejumlah uang tertentu. Pasar merupakan salah satu lembaga penting dalam institusi ekonomi dan salah satu penggerak dinamika kehidupan ekonomi. Keberadaan pasar ini sangat membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan perekonomian.

Pasar penting bagi perekonomian masyarakat. Pasar dibutuhkan oleh petani untuk memasarkan produk pertanian mereka atau barang dagangannya. Pasar juga diperlukan oleh pedagang-pedagang dan produsen non pertanian. Bagi konsumen perkotaan, pasar dibutuhkan untuk memperoleh kebutuhan untuk memenuhi berbagai kebutuhan-kebutuhan dan barang-barang keperluan lain masyarakat setempat. Pasar juga membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar, sebagai tukang parkir, karyawan tambahan, tukang ojek, dan jasa angkutan barang lain.

Berdasarkan jumlah pasar yang dikelola PD Pasar Jaya menurut kota administrasi DKI Jakarta dan potensi pasar tersebut:



**Tabel 1.1**  
**Data Pasar di Provinsi DKI Jakarta**

No	Kota Administrasi	Pasar Maju	Pasar Tumbuh	Pasar Berkembang	Jumlah
1.	Jakarta Selatan	6	4	17	27
2.	Jakarta Timur	4	9	21	34
3.	Jakarta Pusat	3	6	37	46
4.	Jakarta Barat	4	5	10	19
5.	Jakarta Utara	0	5	20	25
	Jumlah/Total	17	29	105	151

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Berdasarkan publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta dalam angka tahun 2022, tercatat jumlah pasar di Jakarta pada 2022 yakni 151 pasar. Jumlah tersebut paling banyak di Jakarta Pusat yakni 46 pasar. Sementara, di Jakarta Timur terdapat 34 pasar. Jakarta Selatan terdapat 27 pasar, Jakarta Utara terdapat 25 pasar, dan Jakarta Barat terdapat 19 pasar.

Pasar Cipulir terletak di Jalan Ciledug Raya, Cipulir, Jakarta Selatan, yang telah berdiri sejak tahun 1990. Sebagaimana Pasar Tanah Abang, Pasar Cipulir telah dikenal oleh masyarakat sebagai pusat grosir produk tekstil dan pakaian jadi. Pelanggannya adalah para pedagang eceran yang datang dari seluruh pelosok Nusantara dan kawasan Asia Tenggara, bahkan hingga India dan Afrika. Umumnya mereka datang berbelanja secara grosir untuk dijual kembali secara eceran.



**Gambar 1.1 Pasar Inpres Cipulir**  
*Sumber: Data Primer 2024*

Pasar yang ada di wilayah Cipulir terbagi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional yang dikenal dengan PD Pasar Jaya Cipulir. Pasar ini jam buka sangat pagi yaitu sehabis Subuh jam 05.00 WIB dan tutup paling lambat jam 15.00 WIB (toko-toko bagian luar kadang tutup jam 17.00 WIB). Hampir semua toko yang buka di pasar Inpres menjual dagangan secara partai atau grosir. Namun pembeli eceran tetap dilayani. Barang yang dijual di Pasar Inpres ini berhubungan dengan tekstil dengan produk yang beragam mulai dari pakaian bayi, pakaian dewasa, pakaian olahraga, pakaian tidur, dan pakaian formal. Harga yang ditawarkan jauh lebih murah bila dibanding di pusat-pusat belanja lain.



**Gambar 1.2 ITC Cipulir Mas**

*Sumber: Data Primer 2024*

Sementara itu, Pasar modern yang dikenal dengan ITC Cipulir Mas. Disini barang dagangan lebih beragam. Lantai dasar diisi oleh toko-toko pakaian jadi baik pria atau wanita, pakaian muslim/muslimah termasuk berbagai jilbab ataupun perengkanan shalat. Lantai 1 diisi Tas-tas yang modis dengan harga lumayan murah untuk para gadis atau ibu. Lantai 2 diisi toko-toko sepatu dan sandal murah meriah

tapi keren. Lantai 3 diisi pedagang tas dan perlengkapan muslim dan pakaian lain. Sedangkan lantai 4 paling atas diisi pedagang handphone dan aksesoris handphone, serta kuliner.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat yang bisa kita lihat disekitar kita saat ini. Salah satunya ialah penggunaan *smartphone* yang semakin diminati dan semakin meningkat setiap tahunnya. Adanya fitur-fitur sosial media yang mudah diakses dan ditawarkan dalam sistem komunikasi *smartphone* ini tentunya semakin mempermudah kita dalam berkomunikasi dan tetap terhubung dengan teman, sahabat, bahkan kerabat yang jarang kita temui dalam keseharian karena padatnya rutinitas yang kita jalani sehari-hari. Dengan tersedianya fasilitas-fasilitas sosial media yang semakin memudahkan kita tidak hanya dalam berkomunikasi tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Hal ini jelas menarik keinginan para produsen atau *affiliate* (perorangan yang menjual produk orang lain) untuk mencari celah atau peluang usaha dengan mengambil keuntungan yang didapat dari banyak pengguna *smartphone* saat ini. Dengan hanya bermodalkan *smartphone* yang kita gunakan dalam keseharian ditunjang pula dengan fasilitas internet yang semakin luas, kita dapat mencoba suatu bentuk usaha yang dapat ditawarkan kepada konsumen termasuk dalam interaksi jual belinya. Saat ini ada satu tren yang sedang mengemuka di Indonesia, bahkan di dunia, yaitu belanja *online* atau sering disebut *online shop*. *Online shop* adalah suatu tempat yang digunakan untuk pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang

diperjualbelikan ditawarkan melalui tampilan dengan gambar yang ada di suatu website atau toko *online*.

Perkembangan *online shop* atau toko *online* melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi *e-Commerce* pada 2021 mencapai Rp403 triliun dan masih akan meningkat 31,4 persen atau Rp530 triliun pada 2022. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual *online shop* yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *online shopping* sedang saat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Hasil Survei BPS *Online Shop* 2021 menunjukkan bahwa dari seluruh usaha yang dilakukan pendataan, sampai dengan 31 Desember 2020 tercatat 25,25 persen melakukan kegiatan *online shop*, sementara sampai dengan 30 Juni 2021 tercatat 25,92 persen. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun ada kenaikan, namun usaha yang menerima pesanan atau melakukan penjualan barang/jasa melalui internet di Indonesia masih tergolong rendah, dan didominasi dengan jenis usaha konvensional. Dari seluruh usaha yang tidak melakukan kegiatan E-Commerce pada tahun 2020, alasan terbanyak usaha tidak melakukan kegiatan E-Commerce karena lebih nyaman berjualan secara langsung (*offline*) yaitu sebanyak 73,07 persen.

Usaha yang melakukan kegiatan *online shop*, menerima pesanan atau melakukan penjualan barang/jasa melalui internet berpendapatan kurang dari 300 juta sampai lebih dari 50 milyar, berikut data pendapatan *online shop*:

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan *Online Shop* Tahun 2021**

No	Pendapatan	Jumlah
1	< 300 juta	83,87%
2	300 juta – 2,5M	13,85%
3	2,5M - 50M	2,09%
4	> 50M	0,19%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2021

Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS), sebagian besar usaha *online shop* merupakan usaha berpendapatan kurang dari 300 juta rupiah per tahun, dengan jumlah proporsi usaha sebanyak 83,87 persen dari keseluruhan usaha *online shop*.

Menjamurnya *online shop* membuka peluang usaha dalam bidang produk *fashion* di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis *online shop* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.

Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media internet telah menjadi sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Internet telah masuk ke berbagai pelosok negeri, masyarakat yang tinggal jauh dari kota pun dapat memanfaatkan fasilitas internet ini.

Dengan adanya sistem belanja dan sistem pemerintahan baru menyebabkan pedagang konvensional harus lebih mempertimbangkan kembali tindakan yang harus dilakukan untuk menghadapi perkembangan *online shop* yang semakin meluas. Pedagang 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 tukar yang masih menggunakan bentuk fisik berupa media kertas tidak uang digital. Seperti halnya di pasar tradisional, minimarket, dan mall yang masih menggunakan sistem perdagangan konvensional.

Hal ini menjadi sebuah tantangan untuk pedagang yang berjualan di pasar karena berdampak pada penjualan mereka yang menurun seperti biasanya karena adanya *online shop*. Menurut Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, pada tahun 2020 mencatat omset pedagang di pasar tradisional rata-rata menurun hingga 40% selama pandemi. Inspektur Jenderal Kementerian Perdagangan (Kemendag) Srie Agustina mengatakan, omzet pedagang di pasar tradisional rata-rata turun hingga 40% akibat pandemi Covid-19. Penurunan tersebut terjadi di hampir 157 pasar tradisional di Indonesia. Penurunan omset tersebut dirasakan hampir seluruh pasar tersebut. Penurunan omset itu juga diikuti turunnya jumlah pedagang yang sebesar 29%. Pedagang di Pasar Cipulir mengalami penurunan omset pendapatan selama pemberlakuan Pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Pedagang yang mayoritas berjualan produk tekstil mengaku mengalami penurunan pendapatan hingga 50%. Meskipun para pedagang masih diperbolehkan berjualan, tetapi pada masa PSBB ini terlihat penurunan daya beli dari masyarakat. Pedagang diharuskan untuk

bertahan karena sepi pengunjung akibat dari pandemi Covid-19 sehingga konsumen beralih ke *online shop* untuk menghindari terkena virus Covid-19.

Setelah pandemi Covid-19, menurut Kementerian Perdagangan (Kemendag) mengatakan situasi bisnis ritel pada tahun 2022 mulai kembali bergairah. Peningkatan didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat sejalan dengan pelonggaran mobilitas, dan kasus Covid-19 yang melandai. Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kemendag Nina Mora mengatakan situasi bisnis ritel dapat dilihat dari kinerja penjualan eceran.

Menurut data dari Bank Indonesia, kinerja penjualan eceran April 2022 diperkirakan meningkat secara bulanan. Hal ini tercermin dari Indeks Penjualan Riil (IPR) April 2022 yang tercatat sebesar 219,3, atau secara bulanan tumbuh 6,8 persen (mont to mont/mtm). Survei Penjualan Eceran (SPE) mengindikasikan kinerja penjualan eceran meningkat. Hal tersebut tercermin dari IPR Maret 2022 sebesar 205,3, atau tumbuh sebesar 2,6 persen (mtm), lebih tinggi dari pertumbuhan bulan sebelumnya yang tercatat sebesar -4,5 persen (mtm).

Pedagang berjuang menghadapi perkembangan *online shop* untuk keberlangsungan usaha mereka. Konsumen yang berbelanja online merasakan manfaat yang lebih dari internet dan biasanya mereka membandingkan antara manfaat yang dirasakan dengan belanja *online*. Disamping kemudahan dalam mencari informasi tentang produk, harga, pemilihan atau ketersediaan produk, kesenangan, dorongan dalam hati, layanan konsumen yang bagus, dan pemilihan produk yang banyak merupakan alasan konsumen memilih belanja di *online shop* daripada di pasar konvensional.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pasar Cipulir merupakan salah satu pasar terbesar dan terpadat yang ada di Jakarta Selatan yang terletak di Jalan Ciledug Raya, Cipulir, Jakarta Selatan. Pasar Cipulir selalu ramai dengan pengunjung yang berbelanja kebutuhan mereka, karena itu pasar cipulir adalah salah satu pasar yang terkena dampak pandemi covid-19 dan diberlakukannya PSBB yang menyebabkan sepi pengunjung karena beralih ke *online shop*. Pasar Cipulir merupakan salah satu pasar yang terkena dampak konsumen yang beralih ke *online shop* di DKI Jakarta, pasar-pasar lainnya diberbagai daerah juga merasakan dampak tersebut.

Akibatnya berbagai pusat perbelanjaan dirasakan cukup sepi pengunjung dikarenakan banyak konsumen yang lebih memilih melakukan transaksi secara *online* karena lebih mudah. Pedagang memilih bertahan di pasar konvensional dalam menghadapi perkembangan *online shop*, Sebagian pedagang mengalami penurunan pendapatan karena sepi pengunjung, biasanya selalu ramai akan pengunjung di pasar Cipulir.

Dari uraian diatas maka rumusan masalah penelitian ini berupa pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut: **“Bagaimana Upaya Pedagang Konveksi Konvensional Menghadapi Perkembangan Online Shop Pasca Covid-19 (Studi Kasus Pada Pedagang Konveksi Konvensional di Pasar Tradisional Cipulir Jakarta Selatan)”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya pedagang konveksi konvensional menghadapi perkembangan online shop pasca covid-19.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Untuk mengetahui kendala pedagang konvensional di masa Covid-19.
2. Untuk mengetahui alasan-alasan pedagang tetap bertahan di pasar konvensional.
3. Untuk mengetahui tindakan pedagang konveksi konvensional setelah Covid-19

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademik**

Manfaat akademik dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Sosiologi Pasar dan Sosiologi Ekonomi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi penelitian lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.



## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Konsep Pasar

Sosiologi memandang pasar sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan (Damsar, 2005: 5).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pasar adalah sekumpulan orang yang melakukan suatu kegiatan transaksi jual-beli. Pasar merupakan sebuah tempat untuk suatu kegiatan jual-beli yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dengan maksud untuk mencari derma.

Dalam bahasa latin, pasar dapat ditelusuri melalui akar dari kata “*mercatus*”, yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Terdapat tiga makna yang berbeda didalam pengertian tersebut: Pertama, pasar dalam artian secara fisik; Kedua, dimaksudkan sebagai tempat mengumpulkan; Ketiga, hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada satu *marketplace*. (Damsar dan Indriani 2018: 9).

Pasar pada masyarakat mempunyai peranan penting yaitu sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan. Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya produsen dan konsumen. Melalui pasar, masyarakat dapat memperoleh kebutuhan produksinya seperti modal, peralatan, dan tenaga. Di bidang distribusi pasar mempunyai peranan dalam menyebarluaskan barang-barang hasil produksi yang dibutuhkan masyarakat. Sedangkan di bidang konsumsi, pasar menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan lainnya

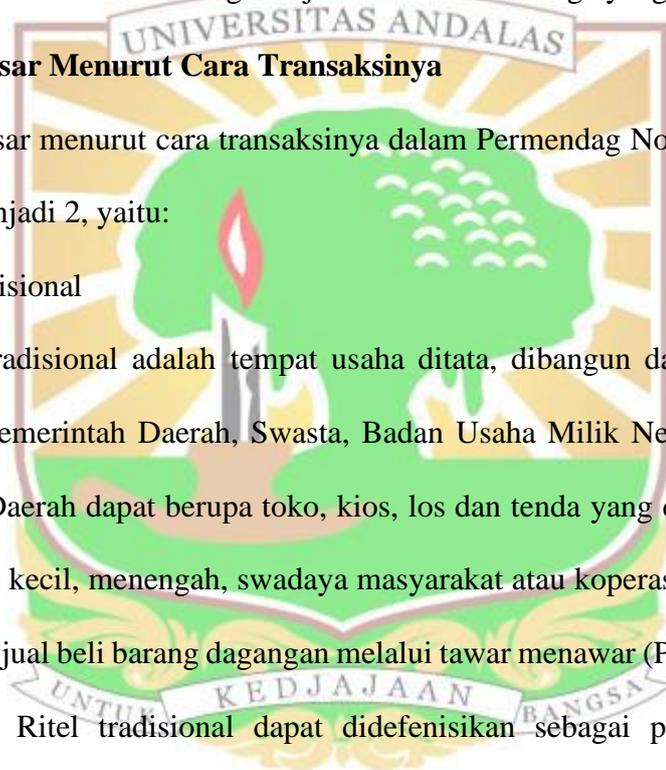
(Depdikbud, 1990: 159). Menurut Koentjaraningrat (2002: 3) pengertian pasar adalah pranata yang mengatur komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, dan tempat hasil transaksi yang dapat disampaikan pada waktu yang akan datang berdasarkan harga yang ditetapkan. Berdasarkan teori diatas dapat di simpulkan bahwa, pasar adalah tempat pertemuan antara produsen dan konsumen yang melakukan transaksi barang dan jasa berdasarkan harga yang di tetapkan

### **1.5.2 Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya**

Jenis pasar menurut cara transaksinya dalam Permendag No 23 Tahun 2021 dibedakan menjadi 2, yaitu:

#### **1. Pasar Tradisional**

Pasar Tradisional adalah tempat usaha ditata, dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (Permendag No23 Tahun 2021). Ritel tradisional dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang menjual barang eceran selain berbentuk ritel modern. Bentuk dari perusahaan ritel tradisional adalah perusahaan kelontong yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berada di wilayah perumahan, pedagang kaki lima, pedagang yang berjualan di pasar tradisional.



## 2. Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan (Permendag No23 Tahun 2021). Adapun ritel modern yang diatur keberadaannya lokasinya bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan. Berdasarkan luas lantai toko minimarket memiliki luas lantai <400 m<sup>2</sup>.

### 1.5.3 Konsep Online Shop

*Online shop* sebagai penjualan atau pembelian barang/jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan. Barang atau jasa dipesan dengan metode tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang atau jasa tidak harus dilakukan secara *online*. Transaksi *online shop* dapat terjadi antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya.

Belanja *online* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam perangkat seperti komputer atau ponsel. *Online shop* menyediakan berbagai macam barang kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga pilihan konsumen bertambah banyak.

Media penjualan *online* merupakan tempat promosi yang paling diminati dikarenakan efektivitas dan jangkauannya yang lebih luas dibandingkan media penjualan konvensional. Kemajuan teknologi informasi membuat media penjualan

melalui internet semakin beragam. *Online shop* merupakan sebuah lokasi jual beli produk dimana penjual dan pembeli bertemu di sebuah *platform*. Media penjualan selanjutnya dapat berupa *website* yang dimiliki oleh usaha itu sendiri dan digunakan sebagai wadah jual beli. Selain itu, media sosial dan pesan instan juga dimanfaatkan sebagai media penjualan *online* oleh banyak usaha

#### 1.5.4 Konsep Perdagangan Konvensional

Konvensional merupakan segala bentuk sesuatu hal yang sifatnya mengikuti segala kebiasaan atau adat yang secara umum telah sering dipergunakan serta dapat diterima 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 bersama (KBBI Konvensional). Kebiasaan manusia yang disepakati secara bersama dan dilakukan secara terus-menerus menciptakan suatu adat istiadat, sesuatu yang dilakukan sesuai dengan adat ini yang disebut dengan konvensional. Kebiasaan yang dilakukan 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 sistem yang tercipta sejak lama.

Dalam bahasa Arab, perdagangan berarti *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 uang. 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 dimiliki seseorang dengan hak milik orang lain berdasarkan perhitungan tertentu dan persetujuan.

### 1.5.5 Tinjauan Sosiologis

Tindakan sosial menurut Weber (1978: 24-25) paling sedikit dapat diorientasikan dalam dua cara: satu, rasional instrumental (*zweckrational*), yaitu tindakan yang ditentukan oleh harapan mengenai perilaku dari objek suatu lingkungan atau manusia lainnya; harapan ini digunakan sebagai kondisi atau cara untuk mencapai tujuan aktor yang diperhitungkan secara rasional. Dua, rasional nilai (*wertrational*) yaitu tindakan yang dituntun oleh suatu kepercayaan akan nilai serta perangkatnya seperti bentuk-bentuk tindakan etis, estetis, religius, dan sebagainya.

Teori pilihan rasional (*Rational Choice Theory*) sering pula disebut sebagai teori tindakan rasional (*Rational Action Theory*), memiliki kaitan awal dengan sosiologi Max Weber dan teori ekonomi. Teori ini pada awalnya berpengaruh kuat pada analisis-analisis ekonomi, tetapi kemudian diadopsi pula oleh sosiologi, psikologi, ilmu politik. Perannya sebagai perekat teoritis dalam ilmu-ilmu sosial, humaniora, filsafat, etnik dan hukum.

Para sosiolog menyebutkan teori pilihan rasional adalah setiap orang ketika memilih tindakan didasari oleh nalar rasional, memaksimalkan kegunaan, memuaskan keinginan dan kebutuhan. Di dalam teori pilihan rasional, pilihan, keyakinan, dan tindakan memiliki hubungan satu sama lain. Sebuah tindakan akan

dikatakan rasional bila tindakan tersebut memiliki hubungan dengan pilihan, keyakinan.

Menurut Coleman, sosiologi memusatkan perhatian pada sistem sosial, dimana fenomena makro harus dijelaskan oleh faktor internalnya, khususnya oleh faktor individu. Alasan untuk memusatkan perhatian pada individu dikarenakan intervensi untuk menciptakan perubahan sosial. Sehingga, inti dari perspektif Coleman ialah bahwa teori sosial tidak hanya merupakan latihan akademis, melainkan harus dapat mempengaruhi kehidupan sosial melalui intervensi tersebut. Fenomena pada tingkat mikro selain yang bersifat individual dapat menjadi sasaran perhatian analisisnya. Interaksi antar individu dipandang sebagai akibat dari fenomena yang mengemuka di tingkat sistem, yakni, fenomena yang tidak dimaksudkan atau diprediksi oleh individu (Coleman, 2013: 7).

Teori pilihan rasional Coleman ini tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi (pilihan). Coleman menyatakan bahwa memerlukan konsep tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan ataupun keinginan serta kebutuhan mereka. Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yaitu aktor dan juga sumber daya.

Sumber daya ialah setiap potensi yang ada atau bahkan yang dimiliki. Sumber daya tersebut dapat berupa sumber daya alam, yaitu sumber daya yang telah disediakan atau potensi alam yang dimiliki dan juga sumber daya manusia, yaitu potensi yang ada dalam diri seseorang. Sedangkan aktor ialah seseorang yang

melakukan sebuah tindakan. Dalam hal ini ialah individu yang mampu memanfaatkan sumber daya dengan baik yaitu aktor.

Aktor dianggap sebagai individu yang memiliki tujuan, aktor juga memiliki suatu pilihan yang bernilai dasar yang digunakan aktor untuk menentukan pilihan yaitu menggunakan pertimbangan secara mendalam berdasarkan kesadarannya, selain itu aktor juga mempunyai kekuatan sebagai upaya untuk menentukan pilihan dan tindakan yang menjadi keinginannya. Sedangkan sumber daya adalah dimana aktor memiliki kontrol serta memiliki kepentingan tertentu, sumber daya juga sebagai sesuatu yang dapat dikendalikan oleh aktor (Ritzer et al, 2012: 85).

Coleman juga menjelaskan mengenai interaksi antara aktor dengan sumber daya ke tingkat sistem sosial. Basis minimal untuk sistem sosial adalah tindakan dua orang aktor, dimana setiap aktor mengendalikan sumber daya yang menarik perhatian bagi pihak lain. Aktor selalu mempunyai tujuan, dan masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan wujud dari kepentingannya yang memberikan ciri saling tergantung pada tindakan aktor tersebut. (Ritzer et al, 2012)

Dalam penelitian ini, teori pilihan rasional ini menekankan pada dua hal yaitu aktor dan sumber daya. Aktor disini ialah pedagang konveksi yang memiliki tujuan tertentu untuk terus bertahan hidup meskipun keadaan sepi pembeli. Bukan tanpa alasan ketika seorang pedagang memilih sebuah tujuan untuk tetap bisa melanjutkan usahanya. Selain itu, inti dari teori ini juga terletak pada sumber daya.

Menurut Damsar (2011: 153) secara umum teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa tindakan manusia mempunyai tujuan yang dibimbing oleh hirarki yang tertata rapi oleh preferensi. Dalam hal ini rasional berarti:

1. Aktor melakukan perhitungan dari pemanfaatan atau preferensi dalam pemilihan suatu bentuk tindakan.
2. Aktor juga menghitung biaya bagi setiap jalur perilaku.
3. Aktor berusaha memaksimalkan pemanfaatan untuk mencapai pilihan tertentu.

### **1.5.6 Penelitian Relevan**

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dila Warista tahun 2015 yang berjudul *Dampak Sosial-Ekonomi Pedagang Pasca Relokasi Pasar. Studi kasus terhadap pedagang yang terkena kebakaran di Pasar Kota Padang Panjang*. dari Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa dampak sosial bagi pedagang yaitu terjadinya disintegrasi kelompok sosial yang diikuti pedagang, dampak ekonomi berupa perubahan dari penghasilan pedagang, ada yang mengalami peningkatan, ada yang pendapatannya menurun. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang pasar dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus pada dampak-dampak yang diakibatkan kebakaran, lokasi dan tahun penelitian berbeda, dan meneliti mengenai penghasilan pedagang

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tria Angraini pada tahun 2017 yang berjudul *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam* dari Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi pemasaran *offline* lebih efektif dibandingkan strategi pemasaran *online*, konsumen lebih tertarik untuk berbelanja langsung ke toko dibandingkan memesan melalui *online*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang pasar dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang strategi pemasaran *online* dan *offline* dan meneliti ketertarikan konsumen untuk berbelanja langsung dibandingkan belanja *online*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Adilla Amalia Putri pada tahun 2019 yang berjudul *Strategi Bertahan Pedagang Pasca Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi* dari Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasca kebakaran meliputi strategi aktif, pasif, dan jaringan. Kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca kebakaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang pasar dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi dan tahun penelitian berbeda dan meneliti tentang strategi bertahan pedagang pasca kebakaran.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Kelrey pada tahun 2022 yang berjudul *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pedagang Pakaian di Maluku City Mall (MCM) Ambon* Jurusan Sosiologi Islam Fakultas Ushuluddin

dan Dakwan Institut Agama Islam Negeri Ambon.

Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pakaian meliputi strategi bersaing diferensiasi pola bertahan yang dilakukan dengan menawarkan barang dagangan kelontong kepada pangsa pasar yang lebih sempit dalam hal ini konsumen serta memperhatikan pelayanan bagi pembelinya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang pasar dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi dan tahun penelitian berbeda dan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pedagang konvensional menghadapi *online shop*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas yakni lokasi penelitian yang berbeda, memiliki kondisi sosiologis yang berbeda dan waktu penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian yang sebelumnya karena mengingat perkembangan masyarakat yang selalu bergerak secara dinamis. Penelitian ini lebih memfokuskan pengkajian dan penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan kendala pedagang tetap bertahan di pasar konvensional, alasan pedagang tetap bertahan di pasar konvensional dan tindakan pedagang konvensional

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungannya. Bogdan dan Taylor, dalam Wiratna Sujarweni (2014: 19) menjelaskan bahwa penelitian

kualitatif adalah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Penelitian ini menggunakan teori tindakan rasional dari James S. Coleman.

Deskriptif yaitu suatu teori yang merupakan pendapat seorang sarjana setelah mengadakan studi riset ilmiah yang dirumuskan dengan kata-kata, sedangkan definisi digambarkan atau dilukis. Deskripsi mengenai suatu benda, keadaan, kondisi atau situasi disusun dengan mempergunakan terminologi yang berlaku sehingga dapat dipahami oleh rekan-rekan seilmu.

Teori Deskriptif, adalah teori yang menggambarkan apa yang nyata terjadi dalam sesuatu organisasi dan memberikan postulat mengenai faktor-faktor yang mendorong orang berperilaku. Dalam hubungan ini, K. Bailey menyarankan untuk menerapkan pandangan-pandangan ilmu-ilmu sosial, seperti sosiologi, psikologi, sejarah, dan ekonomi dalam membantu menerangkan mengapa seseorang melakukan suatu tindakan.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa tindakan rasional yang dilakukan pedagang konveksi di PD Pasar Jaya Cipulir. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data tersebut dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif. Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Kemudian dilakukan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan-

satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Tahap terakhir adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Setelah tahap ini selesai, maka baru dilakukan penafsiran data (Moleong, 1990). Sehingga tahap-tahap dalam analisa data kualitatif meliputi: pemrosesan satuan data, reduksi data, pengkategorisasian data termasuk pemeriksaan keabsahan data, dan penafsiran data. Terakhir, peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu melalui tiga tahapan pengecekan: Pertama, triangulasi sumber data, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui teknik wawancara dengan data hasil observasi dan survei. Kedua, melakukan *peer review* untuk mengetahui pendapat para peneliti dan pakar lain yang melakukan penelitian serupa. Ketiga, peneliti akan melakukan triangulasi teori, yaitu membandingkan data empiris dengan kajian teoritis yang telah berkembang dan diakui kebenarannya.

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukan informan. Informan berguna untuk mendapatkan informasi yang lengkap berdasarkan kebutuhan peneliti. Informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Informan dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut.

Afrizal (2014: 139) menambahkan pengertian informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Kata

informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang akan memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan yang diberikan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang, pembeli dan petugas dinas pasar. Ada dua kategori informan menurut Afrizal (2014: 139), diantaranya:

1. Informan Pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang maknanya, atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek dari penelitian itu sendiri. Informan pelaku dalam penelitian ini adalah pedagang konveksi konvensional.
2. Informan Pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini orang yang tidak diteliti yang mengetahui orang yang kita teliti atau agen kejadian yang diteliti. Mereka disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informan pengamat dalam penelitian ini adalah pedagang *online shop*, pembeli dan petugas PD Pasar Jaya Cipulir.

Dalam penelitian ini, yang menjadi informan pelaku adalah pedagang yang berjualan di pasar Cipulir, dan yang menjadi informan pengamat adalah pedagang yang berjualan di *online shop*, pembeli di pasar Cipulir, pembeli di *online shop* dan pengelola PD Pasar Jaya Cipulir. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* yaitu peneliti menetapkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Menurut (Afrizal, 2014) Peneliti mengetahui identitas orang-orang yang dijadikan sebagai informan sebelum melakukan penelitian. Berikut kriteria informan penelitian yang dipilih oleh peneliti:

1. Pedagang konveksi konvensional yang memiliki usaha konveksi 5 tahun dan tidak memiliki *Online Shop*
2. Pembeli konvensional yang tetap berlangganan
3. Petugas PD Pasar Jaya Cipulir yang sudah bekerja lebih dari 5 tahun

Untuk pemilihan informan dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik purposive sampling. Purposive sampling yaitu peneliti menetapkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Setelah kriteria ditetapkan, peneliti mendapatkan 9 informan yang memenuhi kriteria diantaranya :

**Tabel 1.3**  
**Informan Penelitian**

Informan Pelaku			
No	Nama	Kriteria Informan	Jenis Informan
1.	Fauzan Al Fadhli	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
2.	Fatih	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
3.	Khusnain	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
4.	Al Gamel	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
5.	Irwandi	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
6.	Harisman	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
7.	Supri	Pedagang Tekstil	Informan Pelaku
Informan Pengamat			
No	Nama	Kriteria Informan	Jenis Informan
1.	Andre	Pembeli Offline	Informan Pengamat
2.	M. Dzakwanul Halim	Pengelola Pasar	Informan Pengamat

Sumber: Data Primer 2024

### 1.6.3 Data yang Diambil

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian. Definisi data sebenarnya punya kemiripan dengan definisi informasi, hanya informasi lebih ditonjolkan dalam segi servis, sedangkan data lebih menonjolkan aspek materi.

Selain data, ada juga pengertian lain yang punya kemiripan dengannya adalah fakta. Biasanya orang sering menggunakan dua istilah ini dalam satu pengertian yang sama, padahal masing-masing mempunyai konsep tersendiri. Fakta sesungguhnya adalah milik objek penelitian yang relatif tidak dapat dipisahkan dari objek penelitian itu sendiri. Hal yang dapat dibawa pulang oleh peneliti hanyalah data. Data diartikan sebagai segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta, fakta tersebut ditemui oleh peneliti di daerah penelitian. Oleh karena itu, seorang peneliti adalah orang yang betul-betul mampu membaca fakta serta bisa membawa pulang fakta berupa data- data hasil penelitian. Berikut data-data penelitian

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sebuah data penelitian yang dalam mengumpulkan suatu informasi dilakukan dengan cara langsung pada sumber aslinya, bisa dilakukan dengan cara wawancara, pendapat dari perorangan atau kelompok, atau bisa juga melalui hasil observasi, peristiwa dan hasil uji suatu benda. Dengan menggunakan teknik tersebut, peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh berupa informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh berupa informasi dari informan yakni tindakan yang dilakukan pedagang

pasar Cipulir untuk menghadapi perkembangan *online shop* pasca Covid-19, biaya tempat berdagang yang dikeluarkan oleh pedagang PD Pasar Jaya Cipulir, luas tempat berdagang, aktifitas berjualan di PD Pasar Jaya Cipulir, persepsi tentang *online shop*, kendala pedagang konvensional di masa covid, alasan pedagang tetap bertahan di pasar konvensional.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang didapatkan melalui orang ketiga atau dengan cara tidak langsung bisa melalui informasi yang sudah ada, melalui catatan, buku maupun arsip lainnya yang sudah ada dan bisa dilihat khalayak umum. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yakni dengan cara mempelajari bahan-bahan tertulis, literatur-literatur yang berkaitan, dan hasil penelitian. Selain itu penelitian ini juga dilengkapi oleh data yang diperoleh dari artikel maupun hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang tentu saja mempunyai kaitan dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi yang terkait dengan PD Pasar Jaya Cipulir, seperti Petugas PD Pasar Jaya Cipulir.

### 1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumen.

#### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dari pemahaman tersebut yang

dimaksud dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti.

Peneliti mengamati realitas yang dilakukan informan dan mampu peneliti observasi berdasarkan pengamatan yang dapat ditangkap melalui panca indra. Misalnya, melihat apa saja yang diperjual-belikan pedagang, kebersihan pasar Cipulir, bagaimana penataan dagangan, bentuk bangunan pasar, bagaimana bentuk toko, luas toko, cara bicara pedagang, cara melayani pembeli, kebersihan lapak pedagang dan penerangan/listrik yang dipakai pedagang.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi di PD Pasar Jaya Cipulir. Penelitian ditujukan kepada para pedagang yang berjualan di area pasar dan juga pada petugas PD Pasar Jaya Cipulir. Observasi dilakukan untuk mengetahui kendala pedagang konvensional, alasan pedagang tetap bertahan di pasar konvensional dan melihat apa saja tindakan rasional pedagang menghadapi *online shop*. Peneliti melakukan observasi dari pagi hingga siang agar dapat mengetahui bagaimana keseharian pedagang yang berjualan di area pasar. Peneliti juga melakukan observasi terhadap pedagang yang berjualan *online shop*. Sehingga peneliti dapat melakukan perbandingan serta melakukan triangulasi terhadap data yang diberikan oleh informan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi di PD Pasar Jaya Cipulir. Penelitian ditujukan kepada para pedagang yang berjualan di pasar Cipulir dan juga pada pengelola pasar Cipulir. Observasi dilakukan untuk mengetahui faktor

penyebab sebagian pedagang di pasar Cipulir menutup toko di pasar dan melihat apa saja tindakan rasional yang dilakukan untuk bertahan menghadapi perkembangan *online shop*. Peneliti melakukan observasi dari pagi hingga siang agar dapat mengetahui bagaimana keseharian pedagang yang berjualan di pasar, bagaimana para petugas pasar petugas beraktivitas di pasar. Pada hari Kamis tanggal 12 Januari 2023 jam 08.00 peneliti melakukan observasi awal dengan melihat keadaan pasar Cipulir di hari biasa, dan pasar terlihat lumayan sepi seperti biasanya, walaupun ada beberapa pengunjung yang datang, namun pedagang tekstil tetap buka seperti biasanya, Peneliti juga pergi melihat ke sekitar lantai dasar, peneliti pergi ke lantai satu, dan memang kios-kios di lantai satu beberapa kosong tidak ada yang menempati begitu juga di lantai dua, tiga, dan empat dengan jumlah 940 kios tidak ada yang menempati dari total 3329 kios yang ada di pasar Cipulir. Bangunan pasar yang masih cukup baik walaupun ada lantai yang sudah pecah-pecah dan kios/counter layak ditempati oleh para pedagang.

Pada hari Senin tanggal 23 Januari 2023 jam 6.30 peneliti melakukan observasi yang kedua di PD Pasar Jaya Cipulir. Pada saat sampai peneliti disambut oleh kemacetan lalu lintas yang terjadi seperti biasanya pada hari kerja dikarenakan siswa yang berangkat sekolah, pegawai kantoran yang hendak bekerja dan orang-orang yang memiliki kepentingan masing-masing. Peneliti memasuki kawasan pasar melalui parkir motor di lantai paling atas, kondisi pagi ini terpantau cukup ramai pengunjung yang datang ke pasar Cipulir. Sebagian pedagang masih menata dagangannya dengan rapih dan pedagang lainnya sudah selesai menata dagangannya. Terlihat sejumlah pengunjung tengah lalu-lalang. Sesekali ditemui

pengunjung sedang terhenti dan melihat-lihat pakaian yang dijajakan para pedagang. Tidak hanya pengunjung, terlihat juga para *porter* atau kuli angkut pasar yang tengah membawa sejumlah karung pakaian untuk diantar ke toko. Bahkan di area dekat pintu masuk pasar sudah terlihat ada cukup banyak karung yang akan diangkut. Masuk lebih dalam, kawasan pasar terlihat cukup padat karena akses jalan yang sempit ditambah sejumlah pakaian milik para pedagang yang tercecer. Kondisi ini membuat lorong-lorong pasar tampak cukup padat meski tidak sampai berdesak-desakan. Akibatnya orang yang melintas tetap harus berhenti sebentar saat ada pengunjung yang berhenti untuk melihat-lihat barang dagangan yang dipajang oleh penjual. Sebab kondisi jalan yang cukup sempit memaksa orang yang melintas sedikit berhimpitan untuk bisa berjalan. Kemudian di tengah pasar terdapat area kosong yang cukup lapang. Di area ini terlihat ada banyak karung-karung pakaian yang sedang menunggu untuk dipindahkan ke ruko pedagang.

## 2. Wawancara

Metode wawancara juga biasa disebut dengan metode *interview*. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Inti dari metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara (Bungin, 2001: 134).

Peneliti mewawancarai para pedagang, pembeli dan petugas dinas pasar Cipulir. Wawancara dilakukan karena peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk dapat bercerita atau memberikan informasi mengenai

sejarah pasar Cipulir, kendala yang menyebabkan pedagang sepi pembeli, alasan pedagang tetap bertahan di pasar konvensional dan apa saja tindakan pedagang untuk bertahan menghadapi *online shop*. Dalam pengumpulan data saat wawancara peneliti perlu menyiapkan pedoman wawancara, alat tulis, dan juga alat perekam.

Dalam hal ini peneliti telah mewawancarai informan penelitian yang berjumlah 12 orang, yang diantaranya merupakan informan pelaku yaitu pedagang konveksi konvensional yang berdagang di pasar Cipulir selama lebih dari 5 tahun dan tidak memiliki *online shop*, serta informan pengamat yaitu pedagang konveksi yang berjualan di *online shop*, pembeli di pasar Cipulir, pembeli yang berbelanja di *online shop*, dan petugas pasar Cipulir. Proses pencarian dan pendekatan dengan informan penelitian dilakukan dari bulan Mei 2023-Juni 2024. Peneliti berusaha membangun hubungan yang baik dengan para informan terlebih dahulu. Sebelum proses wawancara dilakukan peneliti juga menjelaskan maksud dan tujuan peneliti kepada informan. Setelah mendapatkan persetujuan dari informan barulah peneliti akan mengajukan pertanyaan yang berpatokan pada pedoman wawancara yang telah dirancang sebelumnya, agar informan dapat memberikan informasi, argumentasi, pendapat, serta menceritakan segala hal terkait dengan tindakan rasional pedagang konveksi konvensional menghadapi perkembangan *online shop*. Ketika proses wawancara, peneliti juga menggunakan alat bantu seperti alat tulis, kamera, dan *handphone* sebagai perekam suara.

Pada tahap awal penelitian, peneliti sudah terlebih dahulu mendapatkan beberapa informan pedagang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni berdasarkan kriteria informan yang telah ditentukan peneliti. Pada tanggal 15

Mei 2023, peneliti mulai wawancara informan pedagang yang bernama Fauzan Al Fadli. Proses wawancara dilakukan di depan kios informan yang berada lantai 3. Selanjutnya, proses wawancara dilanjutkan dengan mewawancarai pembeli dan 4 orang pedagang di pasar Cipulir. Peneliti juga meminta kontak setiap informan agar dapat dihubungi lagi jika terdapat data yang menurut peneliti belum lengkap. Proses wawancara tersebut berlangsung dari tanggal 15 Mei 2023-25 Mei 2023, menggunakan prosedur yang sama, namun pada waktu dan tempat yang berbeda.

Ketika ingin mewawancarai petugas pengelola pasar sebagai informan pengamat, peneliti sebelumnya mengurus surat izin penelitian ke Perumda Pasar Jaya pada 19 Mei 2023 sebagai syarat dari pihak PD Pasar Jaya Cipulir. Sebelumnya peneliti juga mengurus surat pengantar dari fakultas pada tanggal 8 Mei 2023. Setelah mendapatkan surat izin penelitian dari Perumda Pasar Jaya, pada esok harinya yakni tanggal 20 Mei 2023 peneliti langsung menemui Bapak Awan Halim selaku perwakilan dari PD Pasar Jaya Cipulir yang membantu mahasiswa yang ingin melakukan penelitian di PD Pasar Jaya Cipulir untuk meminta izin agar dapat diwawancarai, serta meminta keperluan data yang berkaitan dengan penelitian di PD Pasar Jaya Cipulir.

Bapak Awan Halim menerima kehadiran peneliti dengan sangat baik, beliau bahkan menawarkan diri untuk diwawancarai sebagai informan petugas pengelola pasar, karena beliau juga memiliki waktu luang pada saat itu, maka peneliti langsung melakukan proses wawancara di ruang khusus untuk menerima tamu tersebut. Setelah sesi wawancara selesai, peneliti diarahkan untuk dapat mengambil data terkait PD Pasar Jaya Cipulir di ruang kerjanya.

Proses wawancara antara peneliti dengan informan, baik dengan informan pedagang ataupun informan pembeli dan petugas pengelola pasar cenderung berjalan dengan lancar. Akan tetapi peneliti cukup merasa kesulitan untuk menyesuaikan jadwal wawancara dengan informan pedagang karena banyak diantaranya yang tidak memiliki waktu luang dan cukup sibuk dengan pembeli. Wawancara dilakukan hingga data yang didapatkan dirasa sudah cukup. Data yang sudah peneliti kumpulkan juga terus dibandingkan dan dicocokkan kembali dengan informan lain, apakah sudah benar atau terdapat perbedaan, agar informasi yang telah didapat peneliti tidak salah.

### 3. Studi Dokumen

Data sekunder penulis dapatkan diarsip dan dokumen pada dinas dan instansi terkait penelitian ini, seperti data dari Dinas Pasar Cipulir. Sebelum mendapatkan data arsip, peneliti harus mengurus surat dari kantor pusat PD Pasar Jaya, setelah mendapatkannya peneliti meminta data-data mengenai PD Pasar Jaya Cipulir. Untuk mencapai keabsahan data maka peneliti di sini akan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memfokuskan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan sebagai pembandingan terhadap data itu, teknik triangulasi paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Artinya data yang telah penulis dapat dilapangan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi setelah itu penulis analisa menggunakan teori yang ada (Moleong, 1990).

### 1.6.5 Unit Analisis

Dalam riset ilmu sosial, hal yang paling penting adalah menentukan suatu yang berkaitan dengan apa atau siapa yang dipelajari. Persoalan tersebut bukan menyangkut topik riset, tetapi apa yang disebut unit analisis. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis juga berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau menentukan kriteria dari objek yang diteliti dari permasalahan dan tujuan penelitian. unit analisis dapat berupa individu, masyarakat, lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara, dan komunitas). Unit analisis dalam penelitian ini adalah pedagang konveksi konvensional yang terdampak perkembangan *online shop* pasca covid.

### 1.6.6 Analisis Data

Analisis data penelitian kualitatif merupakan suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi aktivitas peneliti dalam menganalisis yaitu menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok (Afrizal, 2014)

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman secara garis besar membagi analisis

data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap, yaitu kodifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Afrizal, 2014).

Ketiga tahap tersebut dilakukan terus setiap setelah melakukan pengumpulan data. Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan (Afrizal, 2014).

Berikut tahap analisis data dalam penelitian ini diantaranya:

#### 1. Kodifikasi Data

Pada tahap ini dilakukan perkodingan terhadap data. Perkodingan data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil dari kegiatan tahap ini adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi data hasil penelitian. Cara melakukannya adalah peneliti menulis ulang catatan-catatan lapangan yang telah dibuat, selanjutnya peneliti memilih informasi yang berkaitan dengan pedagang PD Pasar Jaya Cipulir ataupun yang berhubungan dengan penelitian dengan cara memberikan tanda-tanda.

#### 2. Penyajian data

Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan. Menurut pandangan Miles dan Huberman, untuk menyajikan hasil penelitian yang lebih efektif dianjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram.

#### 3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini merupakan interpretasi atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Kesimpulan

yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan yang sudah menjawab permasalahan dan tujuan penelitian. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek kembali kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan.

### 1.6.7 Definisi Operasional Konsep

Ada beberapa definisi konsep yang dipakai dalam penelitian ini, karena itu perlu diberikan batasan untuk mempermudah peneliti memahaminya. Definisi konsep ini merupakan informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel yang digunakan. Untuk menghindari kerancuan dalam pemakaian konsep, maka perlu didefinisikan konsep-konsep yang dimaksudkan adalah:

1. Upaya merupakan suatu perbuatan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Upaya dapat berupa tindakan, usaha, atau cara yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. Pasar merupakan sebuah tempat untuk suatu kegiatan jual-beli yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dengan maksud untuk mencari keuntungan.
3. *Online shop* adalah tempat dimana terjadinya suatu transaksi penjualan barang atau jasa di internet. *Online shop* mengacu pada berbagai toko yang ada pada platform *online*.
4. Usaha konveksi adalah satu bidang usaha di mana menawarkan produksi pakaian secara massal, atau dalam artian lain sesuai permintaan skala relatif kecil yang memproduksi segala bentuk pakaian jadi seperti kemeja, kaos,

celana dan berbagai produk pakaian lainnya.

5. Pasar konvensional adalah pasar yang kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan dengan cara bertatap muka antara penjual dan pembeli. Di mana terjadinya kesepakatan antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) untuk mendapatkan keuntungan.

#### **1.6.8 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian bisa diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014). Lokasi dari penelitian ini adalah PD Pasar Jaya Cipulir adalah salah satu pasar tradisional yang terletak di wilayah Jakarta Selatan, tepatnya di daerah Cipulir, Kebayoran Lama. Alasan memilih lokasi penelitian sebab PD Pasar Jaya Cipulir dikenal sebagai pusat grosir pakaian dan tekstil, menjadikannya salah satu tujuan utama bagi pedagang dan pembeli yang mencari barang dagangan dalam jumlah besar dengan harga yang relatif terjangkau.

#### **1.6.9 Jadwal Penelitian**

Jadwal pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 18 bulan, mulai dari bulan April 2023 hingga bulan September 2024. Berikut adalah jadwal tahapan penelitian yang dilaksanakan.

**Tabel 1.4**  
**Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

NO	Nama Kegiatan	2023		2024		
		April	Mei- Desember	Januari- Juni	Juli- Agustus	September
2	Menyusun Instrumen Penelitian					
3	Turun Lapangan					
4	Analisis Data dan Bimbingan					
5	Ujian Skripsi					

