

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL DI TENGAH  
PERKEMBANGAN ONLINE SHOP**

**(Studi Kasus Pedagang Informal Di Pasar Sentral Kota Makassar Sulawesi  
Selatan)**

***INFORMAL TRADERS SURVIVAL STRATEGIES IN ONLINE SHOP  
DEVELOPMENT***

**(Case Study of Informal Traders at Central Market in Makassar City, South  
Sulawesi)**

**SKRIPSI**

**MUH. LUTHFI**

**E031191019**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2023**

**STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL DI TENGAH  
PERKEMBANGAN ONLINE SHOP**

**(Studi Kasus Pedagang Informal Di Pasar Sentral Kota Makassar Sulawesi  
Selatan)**

**SKRIPSI**

**MUH. LUTHFI**

**E031191019**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL DI  
TENGAH PERKEMBANGAN ONLINE SHOP (STUDI KASUS  
PEDAGANG INFORMAL DI PASAR SENTRAL KOTA  
MAKASSAR SULAWESI SELATAN)

NAMA : MUH.LUTHFI

NIM : E031191019

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Makassar, 04 April 2023

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**



**Prof. Dr. Suparman Abdullah M,si**  
NIP. 196807151994031004

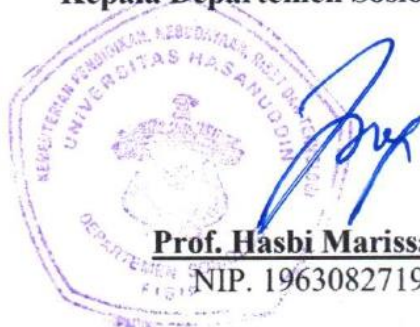
**Pembimbing II,**



**Ridwan Syam S.sos. M,si**  
NIP. 198506122020121004

**Mengetahui,**

**Kepala Departemen Sosiologi FISIP UNHAS**



**Prof. Hasbi Marissangan, P.hD.**  
NIP. 196308271991031003

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diajukan dan dipertahankan di depan Tim Evaluasi Skripsi pada

Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

Oleh:

**NAMA : MUH.LUTHFI**

**NIM : E031191019**

**JUDUL : STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL DI  
TENGAH PERKEMBANGAN ONLINE SHOP (STUDI  
KASUS PEDAGANG INFORMAL DI PASAR SENTRAL  
KOTA MAKASSAR SULAWESI SELATAN)**

Pada:

Hari / Tanggal: Selasa, 04 April 2023

Tempat: Ruang Ujian Departemen Sosiologi

### TIM EVALUASI SKRIPSI

**KETUA : Prof. Dr. Suparman Abdullah M,si**

**SEKRETARIS : Ridwan Syam S.sos. M,si.**

**ANGGOTA : Dr. Buhari Mengge, M.A**

**Hariashari Rahim, S.Sos., M.Si.**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

**NAMA** : MUH.LUTHFI

**NIM** : E031191019

**PROGRAM STUDI** : SOSIOLOGI

**JENJANG** : S1

**JUDUL** : STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL  
DITENGAH PERKEMBANGAN ONLINE SHOP  
(STUDI KASUS PEDAGANG INFORMAL DI  
PASAR SENTRAL KOTA MAKASSAR SULAWESI  
SELATAN)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 31 Maret 2023

Yang Menyatakan



**MUH.LUTHFI**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Apa yang diperbuat apa yang diusahakan merupakan sebuah proses menuju apa yang kita tuju, Yakinkan dengan iman, Usahakan dengan ilmu, Sampaikan dengan amal. Kerja keras, Kerja Ikhlas, Kerja Cerdas, Kerja Tuntas”.*

***Berani Hidup, Berani Bicara, Berani Kalah, Berani Bertaruh  
Yakin Usaha Sampai***

Ku persembahkan Skripsi Ini Kepada:

Orang tua tersayang dan tercinta, terima kasih atas do'a dan kasih sayang yang telah diberikan. Tak ada yang bisa menggantikan pengorbanan kalian, semoga Allah senantiasa melindungi dan memberikan kesehatan pada kalian. Semua keluargaku yang selalu memberikan nasihat-nasihatnya demi kelancaran Skripsi ini. Semua sahabat-sahabatku, terimakasih untuk kebersamaan yang selama ini masih terjaga dengan baik. Semua teman-teman Sosiologi 2019, Terimakasih atas perhatian, bantuan, dan dukungan kalian semua semoga Allah melancarkan usaha kita.

**YAKUSA!!!**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat kasih dan sayang akhirnya penulis mampu untuk menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Informal Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Informal Di Pasar Sentral Kota Makassar Sulawesi Selatan)”.

Proposal penelitian ini diajukan guna untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) penulis sangat menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini terdapat banyak kekurangan sehingga jauh dari sempurna.

Atas segala kekurangan proposal ini, penulis berharap banyak kritik dan saran guna sebagai bahan penyempurnaan proposal skripsi ini. terdapat banyak kesulitan dalam kepenulisan proposal penelitian ini, namun jika dibandingkan rahmat Allah SWT sungguh kesulitan itu tidak ada apa-apanya. Akhirnya penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat diselesaikan tanpa terkendala dan mampu memberikan banyak manfaat kepada semua pihak.

Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak:

1. Kepada keluarga besar penulis yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan banyak medoakan penulis untuk setiap langkahnya. Kedua orang tua Djufri dan Johari yang banyak memberi kasih sayang, menguatkan, mengingatkan, dan

memberi arahan-arahan untuk setiap tindakan, serta memberikan dukungan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi hingga akhir perkuliahan.

2. Kepada Om saya Mustafa Kulle dan istrinya terima kasih telah menjadi orang yang berkontribusi dalam hidup saya serta memberi dukungan moril dan materil.
3. Kepada Kakak angkat saya yulita yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan studi saya.
4. Terima kasih kepada orang tua kedua saya selama menjalani masa perkuliahan Pembimbing Akademik penulis, Prof. Dr. Suparman Abdullah M,si dan Ridwan Syam S.sos. M,si yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu selama penulisan tugas akhir untuk menjadi teman berdiskusi, mengarahkan, memberi saransaran, dan dukungan semangat sehingga tugas akhir skripsi dapat diselesaikan.
5. Dr. Buchari Mengge, MA dan Hariashari Rahim S.sos. M,si selaku penguji skripsi penulis. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu berdiskusi untuk memperbaiki segala kekurangan penulis dengan memberi saran-saran dan arahan untuk memperbaiki kekurangan penulisan tugas akhir ini.
6. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.sc selaku rektor Universitas Hasanuddin.
7. Dr.Phill Sukri, M.si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. Prof. Hasbi, M,Si, Ph,D, selaku Ketua Departemen Sosiologi
9. Bapak dan Ibu Dosen, terima kasih ilmu dan didikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Depertemn Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



10. Semua Staf karyawan FISIP Unhas dan Departemen Sosiologi, terima kasih telah memberikan banyak selama menjadi mahasiswa. Terutama Ibu Rosnaeni dan Pak Hidayat, yang banyak membantu dan memberi kemudahan dalam pengurusan berbagi berkas selama masa perkuliahan.
11. Untuk senior saya Kak Ilhamdhani terimakasih karena menjadi teman diskusi serta mengarahkan saya dalam segala jenjang proses yang saya lakukan selama dalam proses perkuliahan serta ikut dalam berkontribusi dalam kehidupan bermahasiswa saya.
12. Untuk saudara yang tak sedarah Nabhan Rizqan Fathanah terimakasih menjadi sahabat yang menyenangkan, mengingatkan, menguatkan, memberikan kemudahan, dan bantuan selama perkuliahan.
13. Untuk saudara seperjuangan Muhammad Fadlan terimakasih menjadi sahabat yang menyenangkan, mengingatkan, menguatkan, memberikan kemudahan, dan bantuan selama perkuliahan.
14. Terimakasih untuk senior-senior KAHMI yang telah berkontribusi dalam jenjang kader saya selama berlembaga dalam keluarga hijau hitam.
15. Terimakasih untuk lembaga sekaligus rumah bagi saya Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Isipol Unhas
16. Terimakasih untuk Forum Mahasiswa Kota Makassar sebagai rumah kedua saya setelah Himpunan Mahasiswa Islam.

17. Sosiologi 2019, terima kasih menjadi teman-teman yang menyenangkan, teman diskusi, pengalaman dan membantu kesulitan selama pendidikan di departemen sosiologi.
18. Informan, terima kasih telah meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dan kooperatif untuk menyelesaikan serta bantuan yang diberikan selama pengerjaan penulisan tugas akhir.
19. Untuk semua pihak, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas kemudahan dan bantuan selama menjadi mahasiswa di Universitas Hasanuddin, semoga kalian diberi kemudahan dan kesehatan setiap langkahnya. Penulis paham bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka memerlukan saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perjalanan akademik selanjutnya bagi penulis. Saran dan kritik dapat di sampaikan di alamat email: [lutfhi144@gmail.com](mailto:lutfhi144@gmail.com)

Salam Hormat Penulis

Muh. Luthfi

## ABSTRAK

**Muh. Luthfi (E031191019). STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG INFORMAL DI TENGAH PERKEMBANGAN ONLINE SHOP (Studi Kasus Pedagang Informal Di Pasar Sentral Kota Makassar Sulawesi Selatan). Dibimbing oleh Prof. Dr. Suparman Abdullah M,si dan Ridwan Syam S.sos. M,si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pedagang informal dalam memasarkan jualannya secara konvensional ditengah perkembangan online shop dan untuk mengetahui bentuk strategi yang dilakukan pedagang informal ditengah perkembangan online shop. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dan strategi penelitian dengan bentuk studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil enam data dari pedagang informal dan dua data dari pengelola pasar sentral kota penentuan informan dengan purposive sampling yang memenuhi minimal dua karakteristik sampel.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pedagang informal di pasar sentral kota makassar memiliki dua motif tindakan yaitu; motif struktural dan motif cultural. Motif cultural yang dilakukan disebabkan Hal-hal kejadian atau pengalaman yang bersifat nilai, norma, kepercayaan dan semua kebiasaan serta adat istiadat yang telah mendarah daging (*internalized*) kemudian menjadi alasan pedagang informal di Pasar Sentral Kota Makassar berdagang secara konvensional dan motif struktural yang disebabkan Hal-hal atau kejadian yang bersifat struktural seperti adanya lembaga legal-formal, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang menjadi latar belakang pedagang informal di Pasar Sentral Kota Makassar dalam melakukan suatu (dalam hal ini berdagang secara konvensional). Selanjutnya pada bentuk strategi bertahan pedagang informal ditengah perkembangan online shop yaitu mengikuti trend mode, lokasi yang strategis, promo harga atau diskon dan jaringan sosial. Dalam penelitian ini juga menjabarkan motif dan dominasi di balik motif pedagang informal menggunakan mode konvensional, formula strategi aktif berjejaring: menahan gerak pasar online, one dimensional shop: ketidakhadiran pasar online di kalangan pedagang pasar informal pasar sentral kota makassar.

Kata kunci: Strategi Bertahan, Motif, Pedagang Informal

## ***ABSTRACT***

**Muh. Luthfi (E031191019). *INFORMAL TRADERS SURVIVAL STRATEGIES IN ONLINE SHOP DEVELOPMENT (Case Study of Informal Traders at Central Market in Makassar City, South Sulawesi)*. Supervised by Prof. Dr. Suparman Abdullah M, si and Ridwan Syam S.sos. M,si**

This study aims to find out the motives of informal traders in marketing their goods conventionally amid the development of online shops and to find out the forms of strategies carried out by informal traders amid the development of online shops. This study used a qualitative research method with a descriptive research type, and a research strategy in the form of a case study. This research was conducted by taking six data from informal traders and two data from the central city market manager to determine informants by purposive sampling who meet at least two sample characteristics.

The results of this study found that informal traders in Makassar's central market have two motives, namely; structural motives and cultural motives. Cultural motives that are carried out are caused by events or experiences that are values, norms, beliefs and all habits and customs that have been ingrained (internalized) then become the reason for informal traders in the Central Market of Makassar City to trade conventionally and structural motives caused by this. -structural matters or events such as the existence of legal-formal institutions, laws, and government policies which are the background for informal traders at the Central Market in Makassar City to carry out something (in this case trading conventionally). Furthermore, in the form of an informal trader's survival strategy in the midst of online shop development, namely following fashion trends, strategic locations, price promos or discounts and social networks. In this study also describes the motives and domination behind the motives of informal traders using conventional modes, an active networking strategy formula: restraining the movement of the online market, one dimensional shop: the absence of an online market among informal market traders in Makassar's central market.

Keywords: Defensive Strategies, Motives, Informal Traders

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I .....	18
PENDAHULUAN.....	18
A. Latar Belakang .....	18
B. Rumusan Masalah .....	27
C. Tujuan Penelitian .....	27
D. Kegunaan Penelitian.....	27
BAB II.....	29
TINJAUAN PUSTAKA.....	29
A. Strategi Bertahan.....	29
B. Sektor Informal .....	34
C. Motif.....	36
D. Teori Modal Sosial.....	38
E. Manusia Satu Dimensi .....	44
F. Kerangka Konseptual.....	47

.....	48
.....	48
.....	48
.....	48
.....	48
G. Penelitian Terdahulu .....	48
H. Definisi Konseptual.....	52
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN.....	54
A. Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian.....	54
1. Pendekatan Penelitian .....	54
2. Tipe Penelitian.....	55
3. Strategi Penelitian.....	55
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	56
C. Teknik Penentuan Informan.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data.....	58
E. Analisis Data .....	60
F. Pengujian Keabsahan Data.....	62
BAB IV .....	65
GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....	65
A. Gambaran Umum Kota Makassar .....	65
1. Letak Geografis dan Topografi.....	65
2. Keadaan Demografi Kota Makassar.....	68
3. Keadaan Ekonomi Kota Makassar.....	70
B. Gambaran khusus lokasi penelitian.....	71
1. Pasar Sentral / New Makassar Mall .....	71
.....	72
BAB V.....	75

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	75
5.1    KARAKTERISTIK INFORMAN.....	75
5.2    HASIL PENELITIAN .....	79
5.2.1    Motif Pedagang Informal Dalam Memasarkan Jualannya Secara Konvensional Ditengah Perkembangan Online Shop.....	79
5.2.2    Bentuk Strategi Yang Dilakukan Pedagang Informal Ditengah Perkembangan Online Shop.....	95
5.3    PEMBAHASAN.....	109
5.3.1    Motif dan Dominasi di Balik Motif Pedagang Informal Menggunakan Mode Konvensional.....	109
5.3.2    Formula Strategi Aktif Berjejaring: Menahan Gerak Pasar Online. ....	117
.....	120
5.3.3    One Dimensional Shop: Ketidakhadiran Pasar Online di Kalangan Pedagang Pasar Informal Pasar Sentral Kota Makassar. ....	123
BAB VI .....	126
PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA .....	129
Lampiran 1. Matriks Wawancara.....	135
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	169

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk online yang paling sering dibeli di Indonesia.....	22
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	48
Gambar 4. 1 Peta Lokasi Pasar Sentral .....	72
Gambar 5.3. 2 Skema Jaringan Sosial.....	120



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	48
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	56
Tabel 4. 1 Luas Wilayah menurut Kecamatan di Kota Makassar. ....	67
Tabel 4. 2 Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk, Menurut Kecamatan di Kota Makassar, 2020 dan 2021.....	69
Tabel 4. 3 Persentase Penduduk Menurut Golongan Pengeluaran Per Kapita Sebulan di Kota Makassar, 2020 dan 2021.....	70
Tabel 5. 1 Karakteristik Informan.....	78
Tabel 5.2.1. 1 Matriks Motif Kultural .....	89
Tabel 5.2.1. 2 Matriks Penyebab Aspek Struktural.....	95
Tabel 5.2.2. 1 Bentuk Strategi.....	107

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, aktivitas dan pekerjaan manusia tidak dapat dibatasi oleh ruang dan waktu. Siapapun dapat mengakses semua bentuk informasi yang disampaikan melalui Internet kapan saja dan di mana saja. Perkembangan teknologi juga semakin maju tanpa batas, informasi yang dapat menyebar ke masyarakat begitu cepat. Dengan keunggulan tersebut, internet akhirnya menjelma menjadi media yang sangat efektif untuk mendukung terbentuknya komunitas online. Dengan kata lain, perkembangan internet bukan lagi sekedar trend, tetapi menjadi kebutuhan bagi penggunanya.

Di era yang modern untuk saat ini tentu memaksa banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan. Gaya hidupnya pun sudah mulai berubah. Masyarakat yang tadinya tradisional sekarang sudah beralih menjadi masyarakat yang modern. Menurut Morissan perkembangan teknologi informasi yang terjadi memunculkan istilah e-commerce yaitu proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer dan jaringan yang digunakan yaitu internet (Jatiningrum et al., 2020). Kemunculan teknologi informasi saat ini membawa perubahan dalam segala hal khususnya komunikasi. Salah satunya yaitu kemunculan internet merupakan inovasi besar yang mampu memberikan fasilitas

kemudahan bagi penggunanya. Internet menjadi media komunikasi yang efektif, efisien, dan sangat murah

Perkembangan teknologi internet juga diiringi dengan pemanfaatan teknologi ini sebagai sumber daya, yang tidak terlepas dari perkembangan pemanfaatan di bidang perdagangan dan perdagangan. Internet tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi belaka, tetapi juga diberdayakan oleh para kapitalis. Ini sangat merangsang aktivitas transaksi, salah satu kunci terpenting pergerakan ekonomi. Saat ini, daya saing ekonomi perdagangan adalah persaingan dengan basis ekonomi global. Ekonomi global mengalir bebas melintasi batas-batas geografis. Ekonomi global juga membuat lingkungan persaingan antar bisnis semakin kompleks.

Menurut Turban salah satu sistem perdagangan global yang saat ini berkembang adalah perdagangan E-dagang. Perdagangan elektronik atau E-dagang adalah perkembangan paradigma baru dari pemasaran secara umum dengan menghubungkan jual beli melalui teknologi informasi, hal ini dimungkinkan dengan internet sebagai penghubung penjual dan pembeli (Foster, 2017). E-dagang melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengelolaan data inventori yang dilakukan dengan sistem komputer ataupun jaringan komputer dan lain sebagainya. Jumlah pengguna internet Indonesia yang terus meningkat ini menyebabkan terjadinya pergeseran dan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan dimasyarakat. Salah satunya adalah gaya hidup masyarakat Indonesia yang telah mengalami perkembangan

dan menjadi semakin modern dan lebih praktis, masyarakat juga selalu menginginkan kemudahan dalam segala aktivitasnya (Parastanti et al., 2014).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat. Kemunculan dan perkembangan teknologi telah memberikan variasi baru dalam dunia bisnis dan juga meningkatkan sistem belanja masyarakat. Dahulu, ketika seseorang ingin berbelanja, mereka harus datang langsung ke tempat penjualan. Namun, dengan penambahan sistem transaksi baru, orang kini memiliki banyak pilihan untuk berbelanja. Tidak hanya berbelanja secara langsung, tetapi juga secara online atau melalui internet. Berbelanja dengan menggunakan internet sering disebut dengan belanja online. Belanja online semakin menjadi pilihan karena pembeli atau pelanggan dapat membeli barang dan jasa tanpa harus keluar rumah. Kemudahan yang ditawarkan oleh proses belanja online hanya dengan duduk di depan komputer, menggunakan smartphone, menelusuri produk atau layanan yang diinginkan, dan melakukan transaksi melalui perbankan online. Belanja online adalah cara baru dalam berbisnis. Pada kondisi ini, pembeli dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung seperti pada proses penjualan biasa atau konvensional.

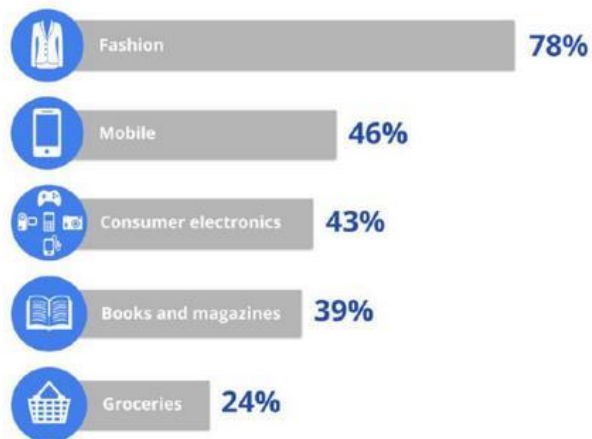
Perilaku konsumsi masyarakat perkotaan sangat dinamis dan begitu cepat pasca munculnya pasar virtual atau *online shop*, yang mengakibatkan transformasi struktur permintaan terhadap barang juga ikut berubah. Masyarakat Indonesia yang kini menjadi konsumeris lebih aktif berbelanja dengan menggunakan media *online* ketimbang berbelanja secara konvensional. Internet saat ini banyak dimanfaatkan oleh

para kapitalis untuk meraih keuntungan sebanyak banyaknya. Sehingga masyarakat mudah tergiur dan lebih aktif untuk belanja melalui media *online*. Berbelanja *online* bukan saja diminati oleh masyarakat yang tinggal di perkotaan tetapi juga masyarakat yang tinggal di daerah-daerah kecil di seluruh Indonesia. Hal tersebut dikarenakan jaringan internet sudah tersebar diseluruh penjuru negara khususnya kota-kota di Indonesia. Peminat belanja *online* yang paling dominan adalah dari kalangan remaja dan kalangan yang padat aktivitas. Para penikmat belanja *online* lebih memilih berbelanja melalui internet daripada harus pergi keluar untuk berbelanja secara konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa betapa besarnya pengaruh internet terhadap daya minat pembeli.

Pasar *online* didominasi berbagai produk seperti pakaian yang merupakan item yang sering dibeli oleh masyarakat Indonesia. Hasil riset idEA (2014), menemukan bahwa sebesar 78% kategori produk *fashion* tetap mendominasi pasar *online* sebagai produk yang paling sering dibeli, kemudian 46% ponsel, 43% elektronik, 39% buku dan majalah, dan 24% barang kebutuhan rumah tangga (*groceries*). Produk *fashion* merupakan salah satu kebutuhan sandang manusia, *fashion* juga bisa menunjukkan status sosial seseorang untuk meningkatkan gengsi mereka. Industri *fashion* menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh masyarakat karena penampilan dari seseorang mencerminkan jati diri dan sifat aslinya (Setiawan, 2013). Produk *fashion* termasuk dalam kategori *durable goods* diantaranya adalah pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris yang kesemuanya membutuhkan informasi mengenai ukuran, warna, dan

tekstur. Hal ini juga yang menimbulkan keinginan konsumen untuk mencari pengetahuan mengenai kebutuhannya. Saat pelanggan menyadari resiko pembelian yang mungkin dihadapi, maka hal ini dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian (Yusnidar et al., 2014, dalam Foster 2017: 5 (1), hal68). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil survey dari *ideaonline.com* sebagai berikut:

#### BARANG YANG PALING BANYAK DIBELI DI TOKO ONLINE



Sumber: **idea**  
Asosiasi E-Commerce Indonesia

**Gambar 1. 1 Produk online yang paling sering dibeli di Indonesia**

Sumber : [www.ideaonline.co.id](http://www.ideaonline.co.id)

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh IDEA barang terbanyak dibeli secara *online* adalah produk pakaian (fashion). Fashion merupakan gaya hidup suatu komunitas tertentu dan merupakan suatu bagian dari kehidupan sosial. Beberapa ahli berpendapat bahwa pakaian merupakan pembelian yang membutuhkan keterlibatan

yang tinggi dari konsumen (O’Cass, 2004; Seo, Hatchote, Sweney, 2001). Keterlibatan yang tinggi dari konsumen ini sehubungan dalam pemilihan produk pakaian yang memperhatikan berbagai aspek penilaian akan pakaian yang lebih detail. Cardoso (2003) mengatakan dalam pemilihan pakaian konsumen memiliki kecenderungan untuk memperhatikan berbagai aspek berkaitan dengan nilai, media dan lokasi dari penjual.

Di pasar sentral kota makassar yang dibawah oleh PD. Pasar terdapat sekitar hampir 700 lebih kios pedagang baik pedagang pasar basah dan pasar kering dari studi pendahuluan yang dilakukakan peneliti mendapatkan ada sekitar 12 orang yang masih mempertahankan cara konvensional, perkembangan teknologi membuat pola penjualan dan pembelian sangat berubah, hal ini memaksa para pedagang harus dapat beradaptasi akan perkembangan zaman saat ini.

Faktor lain yang memicu berkembangnya toko *online* adalah semakin gencarnya para pedagang mempromosikan barang dagangannya melalui media sosial. Bukan hanya itu, para pedagang *online* juga menggunakan jasa artis dan selebgram sebagai media promosi dan rela membayar honor dengan harga tinggi. Dengan menggunakan jasa artis sebagai alat promosi membuat para penjual dengan mudah menjual barang dagangannya pada masyarakat luas. Masyarakat akan mudah percaya bahwa yang dijual merupakan barang bagus karena telah dipakai oleh artis dan selebgram. Selain hal tersebut, pada hari-hari tertentu para pedagang *online* telah membuat kebijakan hari belanja *online* nasional atau yang sering disebut dengan

HARBOLNAS. HARBOLNAS biasanya dilakukan saat menjelang akhir tahun dan pada bulan-bulan tertentu. Pada saat HARBOLNAS berlangsung banyak penawaran barang dengan diskon setinggi-tingginya dan dengan penawaran gratis ongkos kirim keseluruh wilayah yang ada di Indonesia. Faktor-faktor tersebut yang membuat masyarakat lebih memilih belanja melalui *online*. Dengan segala kemudahan dan penawaran yang menarik perhatian masyarakat, sehingga membuat para pedagang konvensional harus memikirkan kembali cara efektif agar usaha yang ada tetap berjalan.

Berdasarkan data APPBI (Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia) orang yang berbelanja pada saat ini rata-rata didominasi oleh generasi milineal dengan rentang usia antara 24-35 tahun. Generasi tersebut telah terekspos dengan digitalisasi sehingga penampilan dan komposisi penyewa gerai atau toko di dalam suatu tempat pembelanjaan juga harus mengikuti selera mereka. Orang yang berbelanja dinilai memiliki kecenderungan untuk mengunjungi toko yang fokus kepada produk spesifik, namun juga memiliki beragam koleksi yang lengkap dibandingkan pergi ke toko yang menawarkan banyak kategori produk.

Terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat pada prinsipnya merupakan sebuah konsekuensi dari berkembangnya sektor *E-dagang* yang merupakan salah satu bentuk dari *disruptive innovation*. Konsep ini seringkali didefinisikan sebuah usaha yang menciptakan pasar baru melalui inovasi terkini yang berdampak pada berkurang hingga matinya lini usaha lain di bidang yang sama sehingga jika pasar konvensional



tidak berbenah dan tidak berusaha mengadaptasi dari sebuah perkembangan teknologi maka akan menjadi musibah bagi para pedagang karena akan mengalami penurunan keuntungan dan berkurangnya para pembeli yang disebabkan online shop lebih mudah diakses dan efisiensi waktu ketimbang datang langsung ke pasar.

Hal ini juga terlihat dari pengamatan peneliti di lokasi penelitian, peneliti juga menemukan bahwa jumlah pengunjung pasar sentral dikota makassar semakin menurun. Penurunan jumlah pengunjung terlihat dari kurangnya kendaraan yang parkir di sekitar pasar sentral. Berdasarkan pengamatan pertama juga terlihat bahwa pada akhir pekan jumlah pengunjung pasar sentral juga menurun. Padahal hari itu akan sangat ramai belanja karena hari libur.

Masalah jual beli online akan terus ada dan berkembang seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi. Dengan pertumbuhan toko online, pedagang informal yang berjualan langsung dipasar akan terus mengalami kemunduran, apalagi jika tidak diseimbangi oleh kekuatan modal yang dimiliki oleh pedagang. Kekuatan modal tidak hanya berasal dari modal ekonomi, tetapi juga dari modal sosial, yang dapat menentukan kelangsungan hidup suatu usaha karena hal ini merupakan salah satu bentuk strategi yang dilakukan para pedagang. Hal ini akan tetap terjadi di Kota Makassar, khususnya di pasar-pasar konvensional, dimana para pedagang konvensional di pasar-pasar mau tidak mau akan mengalami penurunan pendapatan yang signifikan dan akan terancam bangkrut atau tutup jika tidak memiliki cukup tenaga untuk mempertahankan strategi mereka bisnis.

Ada banyak penelitian yang membahas mengenai pengaruh online shop terhadap pedagang konvensional. Penelitian-penelitian ini dapat dibagi ke dalam dua ke cenderungan utama. *Pertama*, penelitian ini menganalisis pengaruh online shop terhadap pasar tradisional (Ariyanti, 2021; Ismul Bathni, 2021; Ardiansari, 2022). *Kedua*, penelitian-penelitian yang menganalisis mengenai strategi yang dilakukan oleh pedagang konvensional (Ilham Fauzul Qodri, 2022; Maharipta Rezha Prayitno, 2021; Azky Afidah, 2021) dari penelitian-penelitian terdahulu penulis melihat ada satu permasalahan yang utama yaitu motif dibalik pedagang konvensional yang tetap mempertahankan cara lama dalam menjual dagangannya ditengah banyak cara dalam melakukan proses penjualan

Pasar Sentral dipilih sebagai lokasi penelitian karena Pasar sentral merupakan Pasar Sentral dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pasar tertua dan menjadi primadona masyarakat dalam berbelanja dari hal ini membuat pasar sentral sebagai pasar terbesar yang ada di Sulawesi Selatan dalam penelitian ini peneliti memilih pasar sentral lantai satu. Di Pasar sentral lantai 1 banyak pedagang yang menjual peralatan fashion. Di Pasar sentral lantai 1 adalah sistem grosir dan eceran. Pasar sentral juga berlokasi strategis, tidak jauh dari pusat kota. Pasar sentral juga tidak hanya menjual terkait fashion tapi menjual berbagai kebutuhan masyarakat di dalam satu lokasi. Hal inilah yang membuat pasar sentral saat ini bersaing dengan toko online yang menjual berbagai jenis kebutuhan pokok masyarakat dalam satu aplikasi. Berdasarkan uraian dasar di atas, peneliti ingin mengkaji dan mengetahui bagaimana

para pedagang informal di Pasar Sentral Kota Makassar dapat mempertahankan usahanya dalam konteks toko online yang berkembang pesat.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Mengapa pedagang informal dipasar sentral masih mempertahankan polanya ditengah perkembangan online shop?
2. Bagaimana bentuk strategi bertahan yang dilakukan pedagang informal dipasar sentral ditengah perkembangan *online shop*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui motif pedagang informal dalam memasarkan jualannya secara konvensional ditengah perkembangan online shop
2. Mengetahui bentuk strategi yang dilakukan pedagang informal ditengah perkembangan online shop.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Sehubungan dengan tujuan penelitian di atas maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya untuk:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan bagi teori sosiologi ekonomi, dimana berubahnya sistem berbelanja dalam masyarakat awalnya terjadi pada masyarakat perkotaan yang kehidupannya semakin kompleks.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan seperti Kementerian Perdagangan untuk membuat kebijakan yang dapat melindungi pedagang informal serta menjadi bahan pertimbangan terhadap Dinas Perdagangan dan Pengelolaan Pasar.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan konsep perdagangan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Strategi Bertahan

Kata strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai arti seperti sebuah rencana, strategi atau metode yang akan diterapkan. *Strategi is a plan of what an organization intends to be in the future an how it will get there* (Barry, 1986). Tedjo Tripomo menterjemahkan definisi di atas sebagai berikut, “strategi adalah rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa suatu organisasi di masa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute). Sedangkan Hill dalam Rangkuti menyatakan bahwa strategik merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran. Selanjutnya, Clausewitz dalam Barlian “strategi adalah merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang” (Nazarudin, 2020).

Strategi adalah “suatu pertimbangan dan pemikiran yang logis, analitis serta konseptualisasi hal-hal penting atau prioritas (baik dalam jangka panjang, pendek maupun mendesak), yang dijadikan acuan untuk menetapkan langkah-langkah, tindakan, dan cara-cara (taktik) ataupun kiat (jurus-jurus) yang harus dilakukan secara terpadu demi terlaksananya kegiatan operasional dan penunjang dalam menghadapi tantangan yang harus ditangani dengan sebaik-baiknya sesuai dengan tujuan ataupun

sasaran-sasaran dan hasil (output) yang harus dicapai serta kebijaksanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya(Nazarudin, 2020).

Konsep strategi biasanya digunakan sebagai sarana bertahan hidup dalam keadaan yang sulit. Menurut Snel dan Staring menyatakan bahwa strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang menegah ke bawah secara sosial ekonomi. Susilawati menyatakan bahwa untuk peningkatan taraf hidup, dengan menambahkan jenis pekerjaan dan merubah pola mata pencaharian. Pola nafkah ganda, yang dilakukan perempuan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. ekonomi, akan tetapi berorientasi pada sektor sosial dan kultural.

Selain itu menurut menyatakan bahwa strategi bertahan hidup (coping strategies) dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu:

- a. Strategi aktif, yaitu strategi yang mengoptimalkan segala potensi keluarga. Misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja, dan sebagainya.
- b. Strategi pasif, yaitu mengurangi pengeluaran keluarga. Misalnya, biaya untuk sandang, pangan, pendidikan, dan sebagainya.
- c. Strategi jaringan yaitu membuat hubungan dengan orang lain. Misalnya menjalin relasi, baik formal maupun informal dengan lingkungan sosial dan

lingkungan kelembagaan. Misalnya meminjam uang dengan tetangga, mengutang di warung, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke bank dan sebagainya.

Menurut Richard Vancil dari Harvard University dikutip dalam (Nazarudin, 2020) merumuskan konsep strategi sebagai berikut: "Strategi merupakan sebuah organisasi atau sub unit sebuah organisasi lebih besar, yaitu sebuah konseptualisasi yang dinyatakan atau diimplikasikan oleh pemimpin organisasi yang bersangkutan, berupa:

1. Sasaran-sasaran jangka panjang atau tujuan-tujuan organisasi tersebut.
2. Kendala-kendala luas dan kebijakan-kebijakan yang atau ditetapkan sendiri oleh sang pemimpin, atau yang diterimanya dari pihak atasannya, yang membatasi skope aktivitas-aktivitas organisasi yang bersangkutan dan
3. Kelompok-kelompok rencana dan tujuan-tujuan jangka pendek yang telah diterapkan dengan ekspektasi akan diberikannya sumbangsih mereka dalam hal mencapai sasaran-sasaran organisasi tersebut.

Tujuan dari strategi adalah untuk mempertahankan atau memperoleh posisi yang menguntungkan atas pesaing. Sebuah organisasi masih harus mendapatkan keuntungan jika dapat memanfaatkan peluang di lingkungannya, yang memungkinkan untuk memanfaatkan kekuatannya.

Strategi bertahan dipandang sebagai perpaduan antara kegiatan sosial dan ekonomi yang bertujuan menjaga eksistensi manusia. Termasuk didalamnya segala usaha yang dipersiapkan untuk menghadapi situasi-situasi penting dari bertahan dalam keadaan sulit. Melalui strategi ini seseorang bisa berusaha untuk menambah pemasukan lewat pemanfaatan sumber-sumber lain ataupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa. Cara-cara individu menyusun strategi dipengaruhi oleh posisi individu atau kelompok dalam struktur masyarakat, sistem kepercayaan dan jaringan sosial yang dipilih, termasuk keahlian dalam memobilisasi sumber daya yang ada, tingkat ketrampilan, kepemilikan asset, jenis pekerjaan, status gender dan motivasi pribadi. Terlihat bahwa jaringan sosial dan kemampuan memobilisasi sumber daya yang ada, termasuk juga didalamnya mendapatkan kepercayaan dari orang lain untuk membantu individu dalam menyusun strategi bertahan khususnya strategi dalam mempertahankan sebuah usaha. Dalam menyusun strategi, individu tidak hanya menjalankan satu jenis strategi saja sehingga kemudian muncul istilah *multiple survival strategies* atau strategi bertahan jamak.

Strategi bertahan dianggap sebagai kombinasi dari kegiatan ekonomi untuk menopang kehidupan manusia. Terdiri dari Semua upaya yang dilakukan untuk menghadapi situasi kritis dari kondisi bertahan dalam keadaan sulit. Dengan strategi ini kita bisa mencoba meningkatkan pendapatan dengan menggunakan sumber lain atau mengurangi biaya dengan mengurangi kuantitas dan kualitas barang atau Melayani. Bagaimana strategi individu dipengaruhi oleh posisi atau kelompok dalam



struktur sosial, sistem kepercayaan, dan jaringan sosial dipilih, termasuk keahlian dalam memobilisasi sumber daya yang ada, tingkat keterampilan, kepemilikan properti, jenis pekerjaan, status gender dan motif pribadi. Terlihat bahwa jaringan sosial dan kapasitas mobilisasi sumber daya yang tersedia, termasuk mendapatkan kepercayaan dari orang lain untuk membantu individu mengembangkan strategi bertahan khususnya strategi untuk mempertahankan bisnis. Dalam menyusun strategi, Pelaku ekonomi tidak hanya menjalankan satu jenis strategi saja ada banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku ekonomi sehingga kemudian muncul istilah multiple survival strategies atau strategi bertahan jamak.

Selain berbasis pada sumber daya yang tersedia, strategi bertahan juga dapat dikembangkan melalui jaringan sosial dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan disebut modal sosial. Selain itu untuk mempertahankan bisnis, manajemen diperlukan strategi dapat digunakan sebagai tujuan untuk membuat kemajuan. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai perencanaan operasional secara keseluruhan beroperasi sebagai perusahaan yang dicakup oleh keputusan manajemen strategi perusahaan.

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana tersirat dalam defenisi tersebut, manajemen strategis terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran,

keuangan (akuntansi), produksi (operasi), penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi(Huda, 2018).

Proses manajemen strategi adalah alur dimana penyusunan strategi menentukan sasaran. Proses manajemen strategi juga terdiri dari tiga tahap, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi (David, 2004). Proses manajemen strategis yang dinamis hakikatnya adalah serangkaian komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dalam menghasilkan diatas rata-rata (Hitt, 2001).

Setiap bisnis pasti memiliki kemungkinan persaingan menumbuhkan dan merugikan bisnis. Itulah yang membuat sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang dapat digunakan untuk melindungi mencoba. Dengan demikian, strategi ada sebagai bagian dari upaya atau tindakan yang direncanakan dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyelesaikan masalah dihadapkan. Strategi defensif yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah, tindakan atau metode berbeda yang dilakukan oleh pedagang biasa untuk dapat menjaga bisnis dan ekonomi tetap berjalan meskipun banyak persaingan terjadi dalam konteks maraknya penjualan online.

## **B. Sektor Informal**

Sektor informal dapat diartikan sebagai unit-unit usaha yang berskala kecil yang menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya sendiri. Kelompok usaha informal merupakan usaha

yang memiliki potensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan memperluas lapangan kerja, usaha informal menjadi alternatif bagi angkatan kerja yang tidak memiliki kemampuan dan keahlian yang memadai untuk berkerja di sektor formal. Sektor usaha informal merupakan bentuk usaha yang paling banyak kita temui dimasyarakat. Menurut Castells dan portes (1989) dikutip dalam (Pitoyo, 2016) ada lima sebab munculnya sektor usaha informal yaitu:

1. Sektor informal merupakan kegiatan ekonomi perseorangan atau individu yang muncul sebagai reaksi dari kegiatan ekonomi skala besar dan terorganisasi.
2. Sektor informal merupakan usaha ekonomi bebas sebagai reaksi dari kegiatan ekonomi pemerintah yang telah dikenai pajak ekonomi dan memiliki hukum jaminan yang jelas dalam usaha.
3. Sektor usaha informal merupakan usaha lokal yang tidak mampu berkompetisi secara nasional sebagai reaksi adanya intervensi ekonomi skala internasional.
4. Sektor informal merupakan unit usaha bayangan (shadow of production) sebagai reaksi modernisasi dan industrisasi, mereka adalah unit – unit kecil yang tidak terorganisir.
5. Sektor informal merupakan kegiatan ekonomi alternatif yang berskala kecil, manajemen individu dan tidak terorganisasi sebagai reaksi adanya krisis ekonomi

Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha informal merupakan kumpulan pedagang dan penjual yang memiliki modal yang kecil, dan dari segi produksi tidak begitu menguntungkan meskipun dari hasil yang didapat menunjang kehidupan, contoh dari usaha informal adalah pedangang kaki lima, pedagang asongan, pedagang keliling dan pedangang kecil lainnya.

### **C. Motif**

Desakan, motif, kebutuhan, dan keinginan dalam suatu motivasi banyak sekali macamnya sehingga terjadi adanya pemilihan atau seleksi (choice atau selectivity) yang bersifat subjektif dan situational. Biasanya yang terkuat yang dilayani atau menjadi pendorong kegiatan Individu. Misalnya, motif memiliki buku dari mahasiswa berbeda dengan ilmuan, guru, usahawan, petani dan pedagang. Dasar sesuatu motif besarnya harapan atau keinginan yang akan dipenuhi dengan suatu motif, dan besarnya kepuasan yang diantisipasi oleh individu (Sukmadinata, 2011).

RBS. Fudyartanto sebagaimana dikutip oleh Purwa Atmaja Prawira menyatakan bahwa motivasi individu dalam belajar memiliki tiga fungsi, yaitu motif bersifat mengarahkan dan mengatur tingkah laku individu, motif sebagai penyeleksi tingkah laku individu, dan motif memberi energy serta menahan tingkah laku individu. Motif juga mempunyai fungsi untuk mempertahankan agar perbuatan atau minat dapat berlangsung terus menerus dalam jangka waktu lama (Prawira, 2012).

Penulis melihat bahwa ada motif secara struktural dan kultural dalam melihat permasalahan pedagang karena secara struktural ada pola hubungan, terutama hubungan kekuasaan, antara kelompok sosial dalam bentuk stratifikasi, komposisi, diferensiasi sosial. Sebagai implikasi dari perbedaan kekuasaan itu, struktur bisa menghasilkan kekuatan yang bersifat memaksa (coercive), memerintah (imperative), menghambat atau memberi kendala (constraining) pada tindakan manusia (actor). Kekuatan struktur sosial bisa terlembaga (institutionalized) secara legal-formal, seperti undang-undang, kebijakan pemerintah, maupun yang tidak, misalnya kekuatan “memaksa” dari dunia usaha yang, walaupun tidak memiliki kekuatan hukum resmi, tetapi efektif mengatur kehidupan masyarakat luas melalui iklan, fasilitas fisik yang diciptakan dan sebagainya. Kekuatan struktural inilah yang sering digunakan oleh penguasa (negara yang sering kali berkolusi dengan pengusaha besar) untuk membangun pola dominasi yang menindas dalam masyarakat. Jadi pembangunan struktural artinya suatu usaha menyeimbangkan hubungan kekuasaan antar pemerintah dan rakyat atau golongan kaya dan miskin melalui kebijakan pembangunan serta undang-undang yang menguntungkan rakyat. Dengan kata lain, pembangunan struktur adalah memperbaiki struktur yang eksklusif (tidak adil, diskriminatif) menjadi inklusif (adil, memberikan kesamaan hak). (Wirutomo, 2013)

Kultur adalah segala sistem nilai, norma, kepercayaan dan semua kebiasaan serta adat istiadat yang telah mendarah daging (internalized) pada individu atau masyarakat sehingga memiliki kekuatan untuk membentuk pola perilaku dan sikap

anggota masyarakat (dari dalam). Kebudayaan yang telah tertanam dalam suatu masyarakat tidak selalu merupakan cara hidup terbaik bagi kesejahteraan dan martabat manusia maupun masyarakat itu. Namun, banyak kekuatan yang selalu berusaha mempertahankan kebudayaan yang ada untuk melindungi kepentingannya dan menindas golongan lainnya melalui legitimasi budaya (cultural hegemony). Jadi, perlu pembangunan kultural untuk meningkatkan kualitas sistem nilai, adat istiadat yang menghambat kesejahteraan rakyat baik secara langsung, misalnya melalui sosialisasi, edukasi, maupun tidak langsung, seperti melalui pembangunan struktural dan proses sosial.(Wirutomo, 2013). Kultur adalah sesuatu yang mendarah daging, bertahan lama dan tidak terlalu mudah untuk berubah dengan sendirinya. Uraian di atas menunjukkan bahwa salah satu hal yang efektif merubah kultur adalah melalui kekuatan struktur berupa pengembangan kebijakan, perundangan-undangan, program, proyek hingga penetapan anggaran pembangunan kota.(Wirutomo, 2013)

#### **D. Teori Modal Sosial**

Modal sosial sekarang banyak digunakan para akademisi dan praktisi di berbagai bidang riset. Modal sosial terutama hadir dalam bentuk bentuk alternatif dari metode lain seperti modal ekonomi, budaya dan modal manusia. Modal sosial (Social Capital) awalnya dipahami sebagai suatu bentuk dimana masyarakat menaruh kepercayaan terhadap komunitas dan individu sebagai bagian didalamnya. Mereka membuat aturan kesepakatan bersama sebagai suatu nilai dalam komunitasnya. Di sini aspirasi masyarakat mulai terakomodasi, komunitas dan jaringan lokal (kelembagaan)

teradaptasi sebagai suatu modal pengembangan komunitas dan pemberdayaan masyarakat (Neng Kamarni, 2012).

Menurut James Coleman dikutip dari penelitian Suyanto Prasetyo (2010) mendefinisikan modal sosial sebagai sesuatu yang memiliki dua ciri, yaitu merupakan aspek dari struktur sosial serta memfasilitasi tindakan individu dalam struktur sosial tersebut. Dalam pengertian ini, bentuk-bentuk modal sosial berupa kewajiban dan harapan, potensi informasi, norma dan sanksi yang efektif, hubungan otoritas, serta organisasi sosial yang bisa digunakan secara tepat dan melahirkan kontrak sosial.

Sedangkan menurut Putnam (1995) dikutip dalam Neng Kamarni (2012) mengartikan modal sosial sebagai “features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit”. Modal sosial menjadi perekat bagi setiap individu, dalam bentuk norma, kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan, untuk mencapai tujuan bersama.

Modal sosial dengan mengacu pada ciri-ciri organisasi sosial, seperti jaringan sosial, norma-norma, dan kepercayaan yang akan memfasilitasi masyarakat untuk sesuatu yang manfaatnya dapat dirasakan bersama. Jaringan sosial merupakan hubungan sosial yang terjalin secara teratur, konsisten dan berlangsung lama, hubungan tersebut bukan hanya melibatkan individu namun melainkan banyak individu. Kepercayaan adalah sesuatu yang terbangun dari hubungan-hubungan sosial

dimana terdapat peraturan yang dapat dirundingkan, artinya terdapat ruang terbuka dari peraturan tersebut untuk mencapai harapan yang akan dicapai. Sedangkan norma merupakan aturan yang melekat dalam suatu hubungan sosial yang berfungsi sebagai kontrol dari suatu aktivitas Putnam (1993) dalam Mona Lusiana BR Manihuruk, (2013).

Konsep modal sosial sebenarnya muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Modal sosial juga mempunyai beberapa unsur yang terdapat didalamnya sehingga modal sosial dilihat sebagai aspek yang sangat penting dalam membangun jaringan sosial. Hasbullah (2006) dikutip dalam Inayah (2012) mengetengahkan unsur pokok dalam modal sosial yaitu:

1. Jaringan sosial

Kemampuan sekelompok orang untuk melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial, melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas dasar prinsip kesukarelaaan (voluntary), kesamaan (equality), kebebasan (freedom), dan keadaban (civility). Kemampuan anggota kelompok atau anggota masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergis akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok.

2. Kepercayaan

Suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan-hubungan sosialnya yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan



melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung. Paling tidak, yang lain tidak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya (Putnam, 1993). Tindakan kolektif yang didasari saling percaya akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk dan dimensi terutama dalam konteks kemajuan bersama. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial.

### 3. Norma sosial

Sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya terinstitusionalisasi, tidak tertulis tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang diberikan jika melanggar. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu karena merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi perkembangan masyarakat. Oleh karenanya norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial.

Norma sosial tidak bisa dipisahkan dari modal sosial, norma sosial yang merupakan komponen dari norma sosial ini memiliki keterkaitan dengan komponen lainnya seperti kepercayaan dan jaringan. Modal sosial yang merupakan bentuk hubungan yang terjalin memerlukan suatu aturan. Dimana seseorang menjalin suatu hubungan selain untuk berinteraksi, juga memenuhi kebutuhan hingga pertukaran yang mendapatkan keuntungan dari kedua belah

pihak yang terlibat. Dimana dalam suatu interaksi dan pertukaran memerlukan aturan bersama yang menuntut perilaku seseorang. Pertukaran yang dimiliki aturan mengandung hak dan kewajiban bagi para pihak yang terlibat dalam pertukaran.

Sedangkan menurut pandangan Woolcock (2001) dikutip dari penelitian Suyanto Prasetyo (2010) modal sosial dibedakan menjadi tiga tipe:

1. Social Bonding (Nilai, Kultur, Persepsi dan Tradisi atau adat-istiadat) Social bonding adalah tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat (adanya perekat sosial) dalam suatu sistem kemasyarakatan. Misalnya, kebanyakan anggota keluarga mempunyai hubungan kekerabatan dengan keluarga yang lain, mungkin masih berada dalam satu etnis.
2. Social Bridging (bisa berupa Institusi maupun mekanisme) Social Bridging (jembatan sosial) merupakan suatu ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam karakteristik kelompoknya. Ia bisa muncul karena adanya berbagai macam kelemahan yang ada disekitarnya sehingga mereka memutuskan untuk membangun suatu kekuatan dari kelemahan yang ada.
3. Social Linking (hubungan/jaringan sosial) Merupakan hubungan sosial yang dikarakteristikan dengan adanya hubungan di antara beberapa level dari kekuatan sosial maupun status sosial yang ada dalam masyarakat. Misalnya, hubungan antara elite politik dengan masyarakat umum. Dalam hal ini elite politik yang dipandang khalayak sebagai public figure/tokoh, dan mempunyai

status sosial daripada masyarakat kebanyakan. Namun mereka sama-sama mempunyai kepentingan untuk mengadakan hubungan.

Pada dasarnya ketiga tipe modal sosial ini dapat bekerja tergantung dari keadaannya. Tipe ini dapat bekerja dalam kelemahan maupun kelebihan dalam suatu masyarakat. Tipe ini dapat digunakan dan dijadikan pendukung sekaligus penghambat dalam ikatan sosial tergantung bagaimana individu dan masyarakat memaknainya.

Menurut Robert D. Putnam modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Sedangkan menurut Fukuyama (2002) dikutip dari Eci Ritami (2016) bahwa unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (trust) yang merupakan perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (trust) orang-orang akan bisa bekerjasama secara lebih efektif.

Dari berbagai pengertian di atas, maka pengertian modal sosial dapat dikemukakan bahwa modal sosial adalah suatu sumber daya yang timbul sebagai hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik individu dengan kelompok maupun kelembagaan yang dapat menimbulkan hubungan emosional berupa kepercayaan, saling menguntungkan. hubungan dan jaringan sosial, nilai dan norma yang membentuk struktur masyarakat dan berguna untuk kerjasama. Hubungan emosional ini dapat

menjadi perekat yang memungkinkan komunitas mencapai tujuan bersama. Modal sosial akan tumbuh dan berkembang jika digunakan bersama-sama.

Dari penjelasan teori modal sosial di atas, peneliti akan mengaitkan dengan masalah mempelajari strategi bertahan hidup pemasar biasa dalam perceraian antara perkembangan penjualan melalui media online. Para peneliti ingin mengetahui seberapa besar modal sosial ini dapat digunakan oleh pedagang reguler sebagai strategi untuk bertahan dalam bisnis jangka panjang.

#### **E. Manusia Satu Dimensi**

Herbert Marcuse mencetuskan One Dimensional Man disebabkan perkembangan teknologi mutakhir, pola penjajahan, penindasan, dan perbudakan mengalami perubahan radikal. Praksis kekuasaan dan penguasaan, perbudakan, dan pengisapan di jalankan dengan menghindari ancaman dan tindakan kekerasan. Pemakaian teror menimbulkan kepanikan dan ketakutan sesaat dan secara bersamaan menimbulkan antipasti, kebencian dan bara perlawanan. Kekerasan dan teror akan membuat penguasa menggali kubur sendiri daripada bertahan abadi memegang tampuk kekuasaan. Karena alasan tersebut, rezim dan penguasa memilih pola penjajahan dan perbudakan secara lebih halus, rasional, dingin, dan tanpa wajah, tetapi mujarab dan mematikan(Saeng, 2012).

Dikutip dari penelitian (Pebri Yanto 2015) Menurut Marcuse dalam ada tiga ciri utama masyarakat industri atau teknologi modern yakni:

1. Masyarakat berada di bawah kekuasaan prinsip teknologi. Suatu prinsip yang semua tekanannya dikerahkan untuk memperlancar, memperluas, dan memperbesar produksi. Kemajuan manusia disamakan dengan terciptanya perluasan teknologi. Kekuasaan teknologi sudah mencakup seluruh bidang kehidupan; tidak hanya melingkupi bidang ekonomi saja, melainkan juga bidang lain: politik, pendidikan dan budaya.
2. Masyarakat menjadi irasional secara keseluruhan, sebab terjadi kesatuan antara produktivitas dan destruktifitas. Kekuatan produksi tidak digunakan untuk perdamaian, melainkan untuk menciptakan potensi-potensi permusuhan dan kehancuran, misalnya, untuk persenjataan. Semua pihak setuju jika anggaran senjata dan pertahanan perlu ditingkatkan, padahal ini tidak masuk akal. Namun demi kelangsungan pertahanan, anggaran militer harus terus bertambah. Itulah sebabnya desktruktifitas adalah hukum batin produktivitas. Maka masyarakat industri modern menampilkan sifat rasional dalam detail, tetapi irasional dalam keseluruhan.
3. Masyarakat berdimensi satu. Inilah ciri yang paling fundamental. Segala segi kehidupannya hanya diarahakan pada satu tujuan, yaitu meningkatkan dan melangsungkan satu sistem yang telah berjalan. Manusia tidak lagi memiliki dimensidimensi lain, bahkan dengan satu tujuan itu, dimensi-dimensi lain disingkirkan

Sejarah telah mencatat bahwa manusia pada masyarakat industri modern memiliki kemungkinan yang objektif agar dapat merealisasikan pemuasan akan kebutuhan-kebutuhannya. Tetapi, yang terjadi sesungguhnya, manusia tetap saja terhalang karena adanya suasana represif. Peran dan peluang ilmu dan teknologi memang sangat besar. Ukuran rasionalitas masyarakat adalah rasionalitas teknologis. Manusia dan masyarakat masuk ke dalam perangkap, penguasaan, dan manipulasi teknologi. Teknologi mampu menguraikan tenaga manusia bukan saja dalam bidang industri, namun juga dalam seluruh mata rantai kehidupan. Asal manusia dan masyarakat dapat dikuasai, digunakan, diperalat, dimanipulasi, atau ditangani, berarti manusia dan masyarakat sudah terjatuh dalam sistem yang mutakhir ini. Teknologi yang pada awalnya diciptakan sebagai alat emansipasi dari kekejaman alam, kini malah dipakai untuk menindas atau merepresi manusia. Karena itu, hal yang paling menonjol dalam masyarakat industri modern adalah ‘toleransi represif,’ yaitu suatu toleransi yang memberi kesan seakan menyajikan kebebasan yang luas padahal maksudnya tidak lain dari pada menindas.

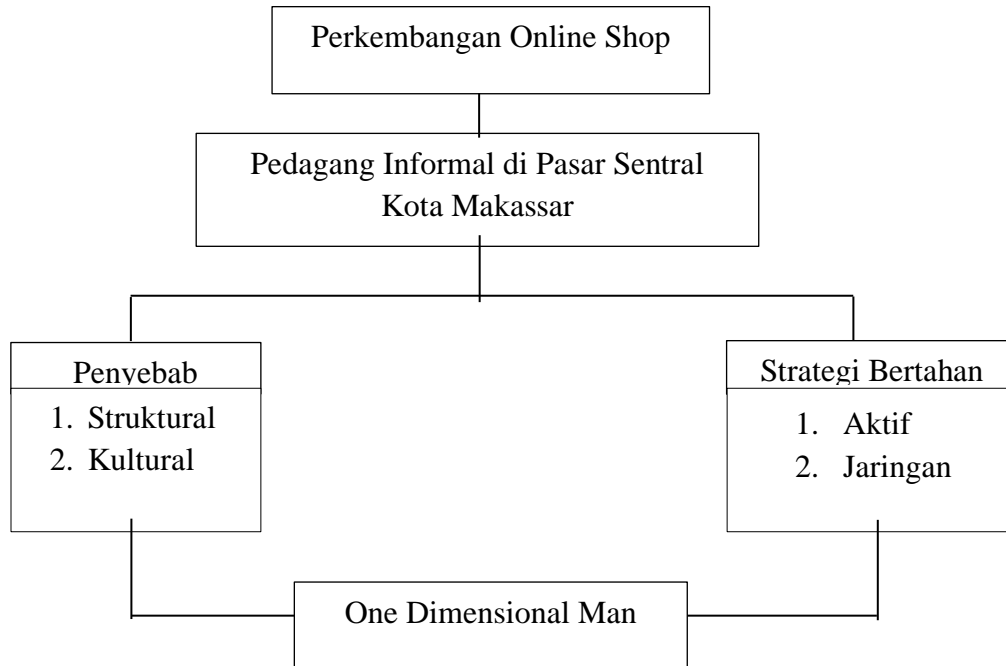
Teknologi bukan lagi suatu sarana pembebasan, tetapi menjadi sarana penindasan. Manusia seharusnya mendobrak tekanan tersebut untuk memperoleh kebebasannya. Namun ini malah direpresi (pengekangan) oleh masyarakat secara keseluruhan, membuat manusia terbius, sehingga pandangannya menjadi ‘manusia satu dimensi’. Menurut Marcuse, manusia industri 4.0 adalah masyarakat yang tidak sehat karena masyarakat tersebut adalah masyarakat dimensi satu. Segala segi kehidupan

hanya diarahkan kepada satu tujuan saja dengan menciptakan satu bentuk penindasan baru yang bersembunyi di balik kenyamanan, kelembutan, kerasionalan dan kebebasan yang diciptakan oleh sebuah perkembangan teknologi.

#### **F. Kerangka Konseptual**

Dominasi perkembangan online shop membuat pola perubahan cara berbelanja dalam masyarakat dan ini merupakan konsekuensi dari perkembangan online shop sehingga munculnya online shop dapat mematikan para pedagang informal yang hanya mengandalkan pola konvensional dalam memasarkan dagangannya yang masih mempertahankan cara berjualannya. Dalam penelitian ini berusaha menjelaskan bahwa penyebab dari pedagang informal tidak beralih ke pasar online disebabkan bahwa adanya penyebab secara kultural yang motifnya berasal dari pedagang itu sendiri sedangkan penyebab secara struktural disebabkan dari terkondisikannya para pedagang yang disebabkan oleh instansi yang bertanggung jawab mewadahi hal tersebut dan strategi bertahan. Strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pun juga menggunakan strategi aktif dan strategi jaringan dalam menjualkan dagangannya sehingga ini menjadi dua indikator para pedagang masih bertahan hingga saat ini. Ada penyebab secara struktural dan kultural serta dengan menggunakan strategi bertahan pedagang pasar informal terjebak dalam cara berpikir konvensional bahwa pasar offline adalah satu-satunya cara untuk berjualan.

**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**



**G. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan strategi bertahan pedagang konvensional ditengah perkembangan online shop, Dibawah ini disajikan beberapa penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1	Maharipta Rezha Prayitno	2021	Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Era Digital (Studi Kasus	Pedagang konvensional di era digital mengalami penurunan pembeli dikarenakan penurunan



			<p>Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo).</p>	<p>pengunjung di Pasar Krian. Penurunan ini disebabkan karena adanya sistem perdagangan yang baru sehingga membuat persaingan perdagangan semakin berat ditambah dengan kemajuan masyarakat membuat perdagangan secara konvensional mulai ditinggalkan.</p>
2	Ilham Fauzul Qodri dan Dema Tesniyadi	2022	<p>Analisis Strategi Pedagang Konvensional Dalam Era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang)</p>	<p>Perubahan persaingan yang terjadi yang semula hanya persaingan sesama pedagang konvensional namun kini harus juga bersaing dengan para pedagang yang berbasis online. Maka untuk dapat bertahan dari perubahan yang terjadi para pedagang di area pasar royal serang tentunya melakukan sebuah cara-cara tertentu yang salah satunya tetap menjaga kualitas barang yang dijual dan memanfaatkan kelemahan pada jual beli yang berbasis online karena tidak dapat melihat secara langsung barang yang ia inginkan, hal tersebut tentunya masih menjadi sebuah peluang bagi para pedagang</p>

				konvensional untuk tetap bertahan dalam era modernisasi yang terjadi dan semoga para pedagang konvensional yang ada di pasar royal serang dapat terus berinovasi agar dapat terus menjawab segala bentuk tantangan yang ada.
3	Azky Afidah	2021	Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)	Pandemi Covid-19 memberikan pengaruh terhadap pedagang pasar tradisional di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Kondisi pasar yang kini sepi pembeli berdampak pada menurunnya jumlah pendapatan para pedagang. Menurunnya jumlah pembeli diakibatkan karena mereka takut tertular virus Covid-19, sehingga mereka lebih memilih belanja kebutuhan pada penjual sayur keliling, membeli makanan matang, atau bahkan menitip kepada tetangga yang hendak ke pasar. Sehingga banyak strategi dilakukan oleh pedagang pasar Jejeg untuk tetap bertahan dan

				menghasilkan pendapatan.
--	--	--	--	--------------------------

Ketiga penelitian di atas memiliki fokus tema yang sama dengan penelitian ini, yaitu strategi bertahan pedagang konvensional ditengah perkembangan online shop. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Maharipta Rezha Prayitno (2021) berfokus pada bagaimana keberadaan pedagang konvensional dan cara bertahan mereka, dengan pendekatan teori Teori Modal Sosial Robert D Putnam (Maharipta Rezha Prayitno, 2021) Penelitian kedua yang dilakukan oleh Ilham Fauzul Qodri dan Dema Tesniyadi berfokus pada dampak dari modernisasi yang terjadi terhadap para pedagang konvensional di Pasar Royal Kota Serang, dengan menggunakan teori perkembangan linier (Ilham Fauzul Qodri, 2022) Sedangkan penelitian ketiga yang dilakukan oleh Azky Afidah (2021) berfokus pada untuk mengetahui strategi pedagang pasar Jejeg untuk bertahan di masa pandemi Covid-19. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi bertahan (Azky Afidah, 2021).

Setidaknya ada dua hal yang membedakan penelitian ini, dengan tiga penelitian di atas, yaitu: Pertama, penelitian ini akan berusaha menyelidiki bagaimana motif yang dilakukan pedagang konvensional di pasar sentral dalam mempertahankan pola

konvensional mereka. Kedua, penelitian ini untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana bentuk strategi bertahan yang dilakukan pedagang konvensional dipasar sentral ditengah perkembangan online shop. Dari penelitian terdahulu menggunakan pendekatan teori yang sama dengan penelitian ini. Namun dalam penelitian yang terdahulu belum menjawab bagaimana motif pedagang konvensional dalam mempertahankan pola konvensional mereka dalam berdagang.

#### **H. Definisi Konseptual**

Menurut Azwar dikutip dalam buku Metodologi Penelitian dalam Bidang Kesehatan Kuantitatif & Kualitatif (Dr. Sri Hernawati, drg., 2017) Definisi konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya.

Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah

##### **1. Pedagang Sektor Informal**

Pedagang sektor informal merupakan pedagang kecil dari segi produksi tidak begitu menguntungkan meskipun dari hasil yang didapat menunjang kehidupan

##### **2. Online Shop**

Online shop aktifitas atau usaha kegiatan yang memasarkan dengan cara melalui internet atau jaringan komputer dengan mendapatkan keuntungan yang lebih dibanding dengan bisnis offline.

### 3. Strategi Bertahan

Strategi bertahan adalah tindakan atau cara yang dilakukan oleh para pedagang agar usahanya tetap berjalan dan beroperasi dalam keadaan apapun.

### 4. Multidimensi Pedagang

Multidimensi pedagang yang dimaksud menandakan bahwa para pedagang mempunyai beranekan ragam cara dalam menjualkan dagangannya dan para pedagang tidak terjebak dalam satu dimensi penyeragaman penjualan melainkan multidimensi.