

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi bertahan hidup merupakan cara seseorang untuk bertahan hidup ketika orang tersebut mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut perspektif Scottian, strategi bertahan hidup yang dilakukan masyarakat miskin ada tiga cara yang pertama dilakukan dengan cara alternatif subsistensi yaitu memiliki pekerjaan lain untuk menambah pendapatan, yang kedua mengikat sabuk lebih kencang yaitu melakukan penghematan, dan ketiga relasi sosial yaitu meminjam uang kepada relasinya.¹ Strategi bertahan hidup harus dilakukan oleh orang marginal karena kemampuan orang marginal dalam memenuhi kebutuhan hidup masih rendah. Hal tersebut terjadi dikarenakan pendapatannya yang rendah, sehingga mereka dituntut untuk mengembangkan strategi bertahan hidup.

Salah satu strategi dalam bertahan hidup yakni mengalami secara langsung oleh setiap individu dalam menghadapi dan menyesuaikan diri dari suatu lingkungan, sehingga menghasilkan harmoni-harmoni antara individu dengan lingkungannya. Perubahan ekonomi menyangkut pada perekonomian masyarakat yang berhubungan dengan sistem mata pencaharian masyarakat setempat. Sistem mata pencaharian masyarakat misalnya pedagang, pegawai negeri, karyawan, wiraswasta, guru dan

¹ James Scott. *Moral Ekonomi Petani*. (Jakarta: LP3ES, 2009), h. 189

masih banyak profesi-profesi lain yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sebagai upaya dalam melaksanakan strategi bertahan hidup.

Seiring dengan perkembangan dunia yang semakin maju dalam bidang pembangunan yang dewasa ini sudah menanjak pada sistem perdagangan bebas, maka peranan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan terciptanya berbagai kemajuan untuk menciptakan berbagai macam produk yang dihasilkan. Adanya produk yang dihasilkan oleh kecanggihan teknologi dan ilmu pengetahuan sehingga menciptakan iklim persaingan yang semakin tajam baik dalam memenuhi pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Syarat yang harus dipenuhi oleh masyarakat agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dalam situasi seperti ini maka setiap aktivitas masyarakat dituntut untuk memajukan kualitas produknya dan mutu pelayanannya dalam perdagangan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lainnya meraih minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya.

Persaingan yang terjadi tidak lagi sekedar persaingan dalam menampilkan produk yang berkualitas semata, tetapi juga sudah meluas kepada persaingan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna menanggulangi pesaingnya. Hal ini dapat dimengerti karena dengan semakin meratanya penyebaran teknologi, permodalan, SDM dan informasi, maka dari aspek kualitas produk sekarang ini relatif sudah homogen dalam arti tidak terlihat perbedaan yang nyata antara kualitas produk perusahaan satu dengan perusahaan lainnya.

Seiring berkembangnya zaman, masyarakat lebih memilih secara online dengan kelebihan yang tidak memakan waktu serta tenaga yang lebih dibanding harus berpergian ke pasar dan membutuhkan waktu dan tenaga yang ekstra. Hal ini yang membuat pedagang konvensional khususnya di pusat perbelanjaan *Maluku City Mall* (MCM) merasa tertantang dengan munculnya online shop, karena online shop menyediakan prasarana secara instan sehingga konsumen beralih ketempat perbelanjaan tersebut. Maluku City Mall (MCM) merupakan salah satu pusat pembelanjaan di kota Ambon, yang berlokasi di jalan Jenderal Sudirman, Hative Kecil, Sirimau, Kota Ambon. Maluku City Mall (MCM) dimiliki oleh PT Dutha Bahkti yang dibangun dari tahun 2011 dan mulai beroperasi semenjak tanggal 23 mei 2013.

Berdasarkan hasil observasi, kehadiran pembeli di MCM mengalami penurunan sejak masa pandemi Covid-19. Hal ini disesuaikan dengan peraturan Gubernur (Pergub) No. 15 tahun 2020 tentang pembatasan orang dan moda transportasi dalam penanganan Corona Virus 2019 (Covid-19) di pulau Ambon. Dalam Pergub tersebut dijelaskan pada Pasal 5 ayat 1 bahwa: Dalam upaya mencegah meluasnya penyebaran Corona virus (Covid-19), Gubernur memberlakukan pembatasan pergerakan orang di pulau Ambon. Selanjutnya disampaikan dalam pasal 8 bahwa pembatasan pergerakan orang yang beraktivitas di luar rumah dalam Pasal 5 dilakukan dalam bentuk pembatasan proses kerja di tempat kerja, pembatasan kegiatan di tempat kerja atau fasilitas umum. Peraturan ini tentu saja membatasi

pergerakan masyarakat khususnya konsumen dalam mengunjungi dan berbelanja di MCM sebagai salah satu pusat pembelajaran masyarakat kota Ambon.²

Di sisi lain, perkembangan dalam sektor internet mendukung pertumbuhan perekonomian yang berbasis internet, khususnya perdagangan online shop yang berawal dari perdagangan konvensional atau transaksi bertemunya antara penjual dan pembeli ke arah menjual secara online melalui internet. Dalam hal ini, internet menjadi jaringan global yang tidak terbatas dalam membantu manusia dalam komunikasi, mengiklankan usahanya, dan menyebabkan interaksi yang sangat kompleks memberi ruang antara penyedia dan konsumen.³ Melalui internet, perusahaan jual beli berbasis digital berlomba-lomba untuk menjangkau pengguna internet supaya melakukan transaksi jual beli baik secara langsung dari aplikasi maupun melalui website. Dalam strateginya pengembangan usahanya, perusahaan-perusahaan yang mengembangkan online shop juga memberikan fitur-fitur kemudahan dalam berbelanja seperti memberikan promo khusus dimulai dari kejar diskon, bebas ongkir sepuasnya dan cashback spesial untuk berbagai kategori produk di setiap harinya kepada konsumen sebagai upaya menarik minat konsumen dalam berbelanja.⁴

Keberadaan perkembangan pasar online di Kota Ambon khususnya pedagang konvensional di Maluku City Mall (MCM) mengalami penurunan pendapatan.

² Observasi Pelaku Pedagang Pakaian Konvensional di MCM Ambon, tanggal 12 Januari 2022

³ Kensil Christine, *Ibid.*, h. 4

⁴ D.A. Harahap, *Virus Corona dan Beralihnya Pedagang Tradisional ke Online*. Opini Harian Pelita, pp. 1–2. Tersedia dalam <http://harianpelita.co/2020/05/12/virus-corona-danberalihnya-pedagang-tradisional-ke-online/>. Diakses tanggal 24 Januari 2022.

Walaupun demikian, pedagang konvensional dapat bertahan dengan beberapa strategi bertahan ditengah maraknya pedagang pasar online pada saat ini. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati dengan judul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian ini merekomendasikan strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara *e-commerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan.

Permasalahan yang diperoleh dalam observasi penulis adalah bagaimana pedagang konvensional khususnya pedagang pakaian di Maluku City Mall (MCM) melakukan strategi bertahan khususnya dalam melakukan perbaikan kualitas produk pakaian maupun penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan dalam mengkonsumsi pakaian ditengah berkembangnya *online shop* di kota Ambon. Dengan adanya pandemi Covid-19, para pedagang konvensional khususnya pedagang pakaian mengarahkan sasaran dagangan mereka pada konsumen secara online seperti market place, group *facebook* (FB) maupun group *WhatsApp* (WA) antar pedagang pakaian di MCM. Namun demikian, hasil penjualan *online shop* khususnya pada perdagangan pakaian mengalami persaingan yang sangat banyak, baik dalam bentuk model, harga pakaian maupun jenis pakaian yang ditawarkan secara online.

Permasalahan tersebut menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian terkait strategi bertahan pedagang konvensional khususnya pedagang pakaian di

Maluku City Mall (MCM). Adanya pembatasan sosial dalam melakukan interaksi untuk mencegah penularan Covid-19, membatasi interaksi antara penjual dan pembeli di Maluku City Mall (MCM). Berdasarkan penjelasan dan fenomena yang telah dipaparkan di atas maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian tentang “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)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan di atas, maka yang menjadi masalah-masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana strategi bertahan pedagang konvensional pada masa pandemi Covid-19 khususnya pedagang pakaian di Maluku City Mall (MCM) dalam perkembangan *online shop* ?
2. Bagaimana peran *online shop* dalam strategi bertahan pedagang konvensional pada masa pandemi Covid-19 khususnya pedagang pakaian di Maluku City Mall (MCM) Ambon ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi bertahan pedagang konvensional pada masa pandemi Covid-19 khususnya pedagang pakaian di Maluku City Mall (MCM) dalam perkembangan *online shop*.

2. Untuk mengetahui peran *online shop* dalam strategi bertahan pedagang konvensional pada masa pandemi Covid-19 khususnya pedagang pakaian di Maluku City Mall (MCM) Ambon.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan setidaknya berguna pada tiga aspek yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi dibidang akademik. Sebagai bahan referensi bagi para intelektual selanjutnya ingin meneliti permasalahan tentang faktor-faktor yang mendukung dan menghambat strategi bertahan pedagang konvensional khususnya dalam pengembangan teori sosiologi ekonomi.
2. Kontribusi praktis. Menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait yakni menyangkut solusi yang dilakukan dalam penyelesaian masalah strategi bertahan pedagang konvensional dalam kompetisi dengan *online shop*.
3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar S1, pada Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Dakwah dan Ushuluddin IAIN Ambon.

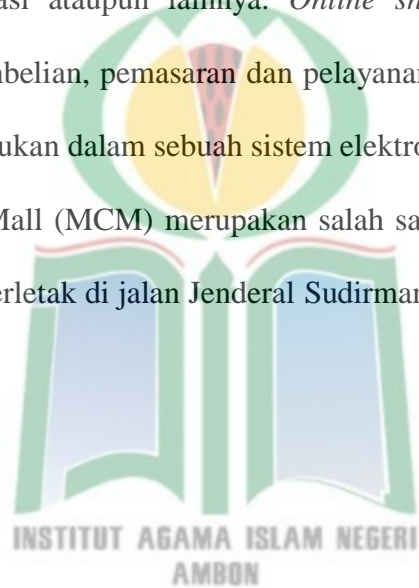
E. Pengertian Judul

Pengertian judul yang dimaksud, untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran dari pembaca dalam memahami maksud dari judul penelitian. Oleh karena itu, penulis merumuskan judul secara utuh dan memberikan batasan mengenai ruang lingkup pembahasan. Pengertian yang terdapat dalam penulisan ini sebagai berikut:

- a. Strategi bertahan berasal dari istilah dalam bahasa Inggris *social interaction* yang berarti saling bertindak. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial

yang dinamis, bersifat timbal balik antarindividu, antarkelompok, dan antara individu dengan kelompok.⁵

- b. Pedagang konvensional adalah suatu runtutan aktivitas bisnis yang menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen atau rumah tangga untuk konsumsi pribadi.⁶
- c. *Online shop* adalah sistem pemasaran secara elektronik dengan media website, aplikasi ataupun lainnya. *Online shop* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran dan pelayanan dari sebuah barang maupun jasa yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronik internet.⁷
- d. Maluku City Mall (MCM) merupakan salah satu pusat perbelanjaan di kota Ambon yang terletak di jalan Jenderal Sudirman, Hative Kecil, Sirimau, Kota Ambon.



⁵ Pringgodigdo A., dkk. *Ensiklopedi Umum*. (Jakarta: Kanisius. 2007). h. 611

⁶ Kensi Christine. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. (Depok: Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2006), h. 2

⁷ H. Kusuma. *Ekonomi Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19*. (Malang: UMMPress. 2020), h. 147