

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis di Indonesia. Kemajuan ini telah mengubah berbagai aspek dalam perdagangan, termasuk bergesernya sistem perdagangan konvensional ke sistem perdagangan secara digital. *E-commerce* muncul sebagai salah satu pilihan paling populer dalam membeli dan menjual barang seiring dengan banyaknya orang yang menggunakan internet. Sistem perdagangan yang sebelumnya hanya terbatas pada pertemuan antara vendor dan pembeli, kini dapat dilakukan secara efektif melalui platform *online*.

*E-commerce* adalah sebuah aktivitas dimana pertukaran informasi dan transaksi untuk jual-beli barang dan jasa dilakukan menggunakan teknologi informasi (Febriantoro, 2018). Orang yang ingin membeli atau menjual sesuatu dapat melakukannya dengan mudah berkat *e-commerce*, yang menawarkan sejumlah pilihan kemudahan. Pengguna *e-commerce* dapat dengan mudah membandingkan produk, mendapatkan lebih banyak pilihan produk, dan berbelanja atau melakukan transaksi dengan lebih cepat (Irmawati, 2011). Kemudahan berbelanja di *e-commerce* membuat jual beli online lebih digemari masyarakat umum dibandingkan pedagang konvensional.

Berdasarkan penelitian Populix (2023), 82% masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja *online*, 13% lebih memilih berbelanja melalui media sosial, dan 6% lebih memilih berbelanja secara langsung. Orang-orang memilih berbelanja *online* karena berbagai alasan, seperti kemudahan dalam membandingkan harga dengan pengecer lain, menghemat waktu dan tenaga, gratis ongkos kirim, harga lebih murah dibandingkan toko *offline*, tersedianya diskon, dan sebagainya.

Pasar *online* yang semakin berkembang telah menyebabkan penurunan minat terhadap pedagang konvensional. Pasar tradisional mengalami

penurunan penjualan dan popularitas sebagai akibat dari perkembangan pasar *online*. Hal serupa juga terjadi di pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta, dimana pedagang tradisional mengalami penurunan omzet dan pengunjung pasar semakin berkurang.

Pasar Klitikan Pakuncen merupakan pasar tradisional yang ada di daerah Yogyakarta. Pasar Klitikan menjadi salah satu pasar yang cukup terkenal di daerah Yogyakarta. Di pasar ini, pembeli dapat dengan mudah menemukan sejumlah barang bekas yang diperjualbelikan. Hal ini sesuai dengan namanya, klitikan apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia bermakna barang bekas (Atourin, 2018).



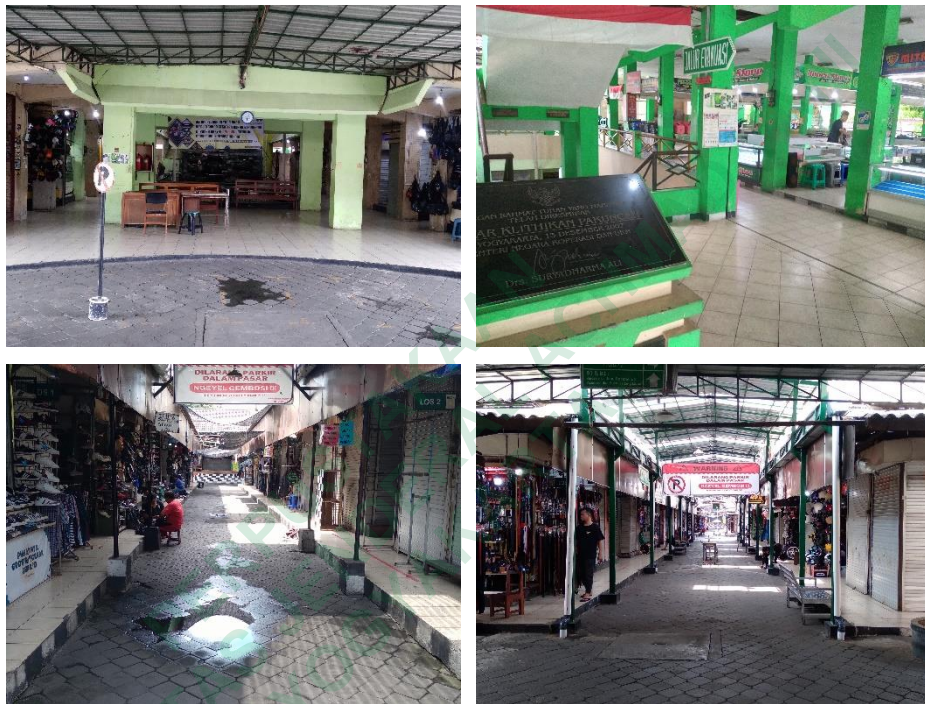
Gambar 1. 1 Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta

Sumber: <https://gudeg.net>

Awalnya, pasar ini hanya berisi penjual barang – barang bekas, namun seiring bertambahnya jumlah pedagang dan pengunjung, pasar pun dipenuhi dengan aneka pedagang yang menjual barang – barang baru. Pasar Klithikan sendiri memiliki banyak pedagang yang menjual berbagai macam barang. Mulai dari onderdil, barang bekas, pakaian, hingga kebutuhan praktis seperti sepatu, tas, dan kebutuhan lainnya (Gudegnet, 2016).

Pasar ini diresmikan pada November 2007 dan menjadi pasar yang selalu ramai pengunjung, namun sekarang hanya sedikit pengunjung yang datang ke pasar ini. Kondisi pasar yang semakin sepi membuat banyak pedagang yang

menutup kiosnya dan tidak lagi berjualan. Ini dibuktikan dengan menurunnya jumlah pedagang yang masih berjualan di pasar tersebut. Saat ini pedagang yang aktif berjualan dipasar tersebut sebanyak 60% dari total 736 pedagang atau  $\pm$  441 pedagang. Hal ini membuat para pedagang yang masih bertahan harus memikirkan kembali cara atau strategi bertahan untuk menghadapi persaingan dengan pedagang *online*.



Gambar 1. 2 Keadaan Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta

Sumber: Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta

Strategi merupakan alat penting bagi kesuksesan suatu organisasi. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat lebih responsif terhadap perubahan lingkungan. Strategi juga memungkinkan perusahaan untuk memulai dan melaksanakan kegiatan yang mendukung pencapaian tujuan yang lebih besar. Implementasi strategi yang efektif dapat meningkatkan penjualan, profitabilitas, dan produktivitas perusahaan. Selain itu, strategi yang baik juga membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa depan (Arif & Anggraeni, 2023)

Menurut penelitian sebelumnya mengenai strategi bertahan pedagang konvensional, Fitlayeni & Akbar (2021) menyatakan bahwa strategi tersebut meliputi: (1) Mengikuti tren produk yang diminati, (2) Menyajikan barang-barang baru di area terdepan, (3) Memberikan potongan harga atau diskon, dan (4) Membangun hubungan sosial yang baik dengan pembeli. Sementara menurut Febriana dkk (2023), strategi bertahan pedagang konvensional mencakup: (1) Menunggu pelanggan, (2) Menambahkan produk yang populer di masyarakat, (3) Mengikuti tren model terbaru, dan (4) Mengandalkan dukungan dari pemerintah.

Berdasarkan gambaran fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Pada Pedagang Pakaian di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Perkembangan teknologi yang terus maju telah menyebabkan beberapa perubahan penting dalam pola belanja masyarakat. Sebelumnya, untuk membeli barang atau jasa, masyarakat harus pergi ke toko dan berinteraksi langsung dengan penjual. Namun, di era digital ini, masyarakat dapat melakukan transaksi belanja hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Kemajuan teknologi telah mendorong masyarakat untuk menggeser preferensi dari berbelanja di pasar konvensional ke pasar *online*. Akibatnya, pasar konvensional mengalami penurunan kunjungan dan pendapatan, seperti yang terjadi di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta. Meskipun demikian, pedagang pasar konvensional tetap mampu bertahan di tengah perkembangan pasar *online*.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka terdapat pertanyaan penelitian yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta untuk mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan pasar *online*?

2. Bagaimana cara pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta beradaptasi dengan perkembangan teknologi?
3. Bagaimana cara pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta mempertahankan pelanggan agar tetap mau berbelanja di tokonya?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta dalam mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan pasar *online*.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta beradaptasi dengan perkembangan teknologi.
3. Untuk mengetahui bagaimana cara pedagang konvensional di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta mempertahankan pelanggan agar tetap mau berbelanja di tokonya.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mendukung perkembangan referensi akademik, terutama untuk Program Studi Manajemen dalam hal strategi pedagang konvensional. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi penelitian masa depan yang berkaitan dengan strategi bertahan pedagang konvensional di era digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca tentang strategi yang digunakan oleh pedagang konvensional untuk mempertahankan bisnis mereka di era digital. Selain itu, penelitian

ini juga diharapkan dapat memberikan saran dan rekomendasi mengenai strategi yang efektif bagi pedagang konvensional di era digital.

#### **E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Penelitian ini fokus pada pedagang konvensional yang berjualan pakaian di Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta. Untuk mencegah perluasan masalah yang diteliti, penelitian ini akan berfokus pada strategi yang digunakan pedagang konvensional untuk mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan pasar *online*, cara beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan cara pedagang mempertahankan pelanggan.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YOGYAKARTA