

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

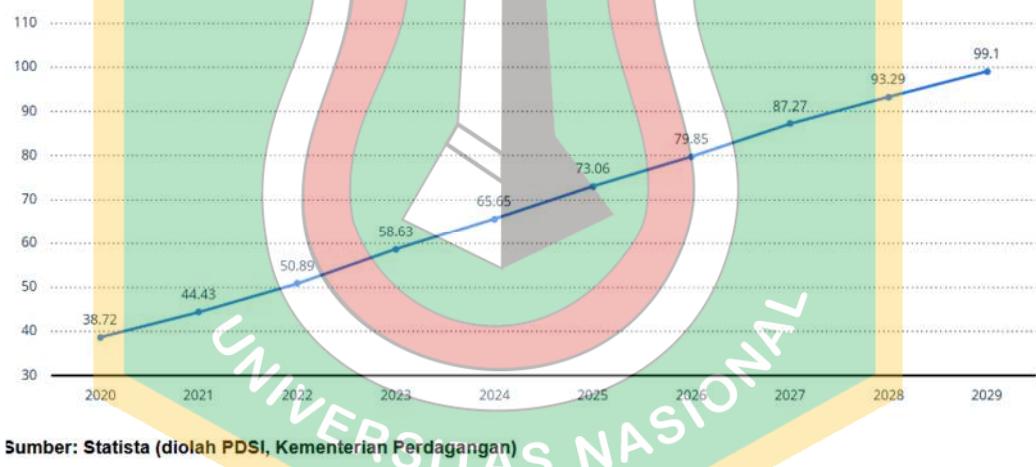
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan. Salah satu dampak signifikan dari kemajuan teknologi ini adalah munculnya platform online shop yang kian diminati oleh masyarakat. Melalui platform digital, konsumen kini dapat membeli berbagai kebutuhan dengan mudah, cepat, dan praktis tanpa harus datang langsung ke toko. Fenomena ini menyebabkan pergeseran pola konsumsi, di mana semakin banyak orang beralih dari belanja konvensional ke belanja online. Kondisi tersebut menimbulkan tantangan besar bagi pedagang konvensional yang mengandalkan transaksi di pasar secara langsung (Mustofa M, 2024).

Sepanjang sejarah ekonomi global, pasar konvensional telah berperan sebagai fondasi utama peradaban, pusat interaksi sosial, serta pusat penting dalam kelangsungan aktivitas ekonomi. Pasar bukan hanya sekedar lokasi untuk melakukan transaksi, melainkan juga merupakan wadah kehidupan yang menampung pertemuan, proses negosiasi, tawar-menawar, serta pertukaran budaya dan juga informasi. Pasar tradisional memiliki fungsi yang sangat penting, tidak hanya sebagai pusat distribusi barang dan jasa, tetapi juga sebagai sumber penghidupan bagi jutaan pelaku usaha kecil, penggerak roda ekonomi baik skala mikro maupun makro, serta pelindung terakhir nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik bisnis (Suryadi D, 2018).

Namun, zaman telah mengalami perubahan signifikan. Munculnya disrupti digital yang besar, telah membentuk sebuah sektor perdagangan baru yang bersifat virtual namun sangat berpengaruh yaitu dunia online shop. Kehadirannya platform ini bukan hanya sebagai pilihan tambahan, melainkan telah menjadi kekuatan utama yang secara

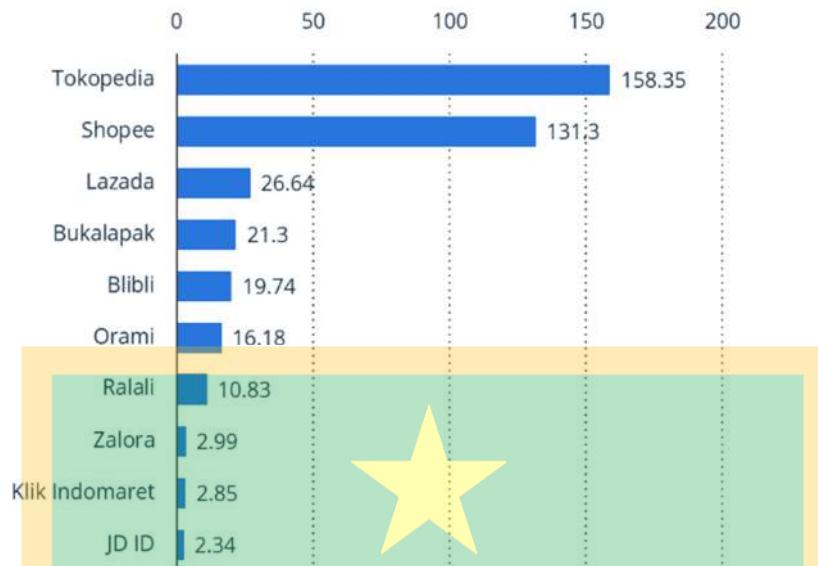
mendasar mengubah lanskap persaingan dan kondisi bisnis, sehingga menimbulkan tekanan besar yang mengancam keberlangsungan pasar tradisional.

Gelombang disruptif ini muncul bukan tanpa alasan. Faktor utama yang melatarbelakangi kemunculannya adalah perpaduan dari tiga elemen pokok yaitu : penyebaran internet yang merata, tingkat penetrasi perangkat pintar (handphone) yang telah mencapai titik jenuh, serta perkembangan inovasi platform e-commerce yang terus meningkat dalam hal kecanggihan dan kemudahan akses. Kondisi ini menghasilkan sebuah sistem belanja yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi yang sangat sulit disaingi oleh model bisnis secara tradisional. Konsumen pun tidak lagi perlu meninggalkan rumah atau melakukan tawar-menawar harga secara langsung (Manap D, 2022).



Gambar 1 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia Periode 2020-2029

- Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2024 jumlah pengguna e-commerce di Indonesia sebanyak 65,65 juta pengguna.
- Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia diprediksi akan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2029 mencapai 99,1 juta.



Sumber: iPrice Group; SimilarWeb; Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Gambar 2 Jumlah Pengunjung Website E-commerce di Indonesia Tahun 2022

- Pada tahun 2022, Tokopedia merupakan e-commerce yang paling banyak diakses dengan jumlah kunjungan sebanyak 158,35 juta, kemudian disusul oleh Shopee sebanyak 131,3 juta.
- Selain Tokopedia dan Shopee, beberapa e-commerce terkenal yang banyak diakses di Indonesia diantaranya Lazada, Bukalapak, Blibli, Orami, Ralali, Zalora, Klik Indomaret, dan JD.ID.

Di tengah gejolak ini, para pedagang konvensional yang selama ini bergantung pada lokasi dan interaksi langsung yang diwariskan secara turun-temurun menghadapi tantangan baru. Mereka kini tidak hanya bersaing dengan pedagang lain, tetapi juga harus melawan algoritma platform online yang menyesuaikan penawaran, dengan preferensi pembeli secara personal, serta mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif akibat biaya operasional yang lebih rendah. Berbagai kejadian menunjukkan adanya penurunan pendapatan yang signifikan di banyak pasar tradisional. Beberapa kios bahkan terpaksa menutup usahanya, sementara yang lain terus berjuang hanya untuk

mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri, minimnya pengetahuan tentang teknologi digital, dan keterbatasan modal serta sumber daya menjadi jurang pemisah yang semakin memperbesar kesenjangan antara pedagang konvensional dengan sistem online shop.

Sejak lama, pasar Mester Jatinegara dikenal sebagai salah satu sentra perdagangan berbagai macam kebutuhan, salah satunya perabotan. Pedagang di pasar Mester Jatinegara bukan cuma sekedar sebagai penjual, mereka juga adalah pewaris tradisi. Kualitas barang-barang yang dijual seringkali lebih terjamin, karena pembeli dapat melihat langsung barangnya, meraba, bahkan mencoba langsung barang yang diinginkan. Hubungan antara pedagang dan pelanggan seringkali terjalin secara personal, berlandasan kepercayaan serta reputasi yang telah dibangun dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Namun, pasar yang dulunya sangat berkembang dan hidup kini menghadapi tantangan yang sangat besar dan belum pernah dialami sebelumnya. Perubahan pola perilaku konsumen, terutama dari generasi muda yang lebih terbiasa menggunakan perangkat digital, telah menggeser sebagian besar transaksi ke platform daring. Mereka cenderung tidak lagi menyempatkan waktu untuk datang langsung ke pasar dan juga menghilangkan tradisi tawar-menawar harga. Banyak dari mereka lebih memilih kemudahan dalam memesan kebutuhan secara online, meskipun harus menghadapi resiko barang yang mungkin tidak sesuai dengan harapan atau kualitas yang kurang memuaskan (Pratama A W, 2019).

Bagi para pedagang di pasar Mester, tekanan dari perkembangan perdagangan online sangat dirasakan secara langsung. Pedapatan mereka yang sebelumnya relatif stabil kini menjadi bergejolak dan bahkan menunjukkan tren penurunan. Banyak pedagang merasa kebingungan sekaligus khawatir menghadapi situasi ini. Mereka menyadari bahwa pelanggan yang biasanya sering berbelanja mulai

berkurang, karena beralih ke pembeli daring/online yang cenderung mencari harga yang lebih murah. Pedagang pasar tidak hanya kehilangan konsumen, tetapi juga kehilangan akses terhadap informasi penting. Berbeda dengan platform online yang memiliki kemudahan dalam mengakses data, tren, serta preferensi konsumen untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat, hal ini menjadi sebuah tantangan besar yang sulit dijangkau oleh pedagang konvensional.

Strategi bertahan pedagang konvensional di Pasar Mester Jatinegara adalah kombinasi antara mempertahankan keunggulan interaksi langsung, adaptasi produk dan layanan, serta penguatan hubungan sosial dengan pelanggan. Hal ini menjadi kunci agar mereka tetap eksis di tengah persaingan ketat dengan online shop yang menawarkan kemudahan dan aksesibilitas tinggi bagi konsumen modern (Ramadhan M.A, 2020).

Barang yang dijual di online shop itu dari China berasal dari salah satu pusat manufaktur terbesar di dunia yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga murah dan beragam kategori, mulai dari elektronik, fashion, peralatan rumah tangga, hingga produk industri yang banyak diminati konsumen global, termasuk Indonesia.

Pasar Mester Jatinegara khususnya sektor pedagang perabotan, menghadapi tantangan berat akibat gempuran toko online. Dampaknya nyata dari persaingan ini adalah penurunan signifikan jumlah kios perabotan konvensional yang beroperasi di sana.

Pasar Mester Jatinegara masih menunjukkan vitalitasnya sebagai pusat perbelanjaan perabotan yang ramai. Banyak pedagang yang telah puluhan tahun mengadu nasib di sana, mengandalkan pelanggan setia dan daya tarik berbelanja langsung. Namun, seiring berjalannya waktu, kedatangan online shop mulai terasa kuat. Konsumen semakin beralih ke platform digital yang menawarkan kemudahan, harga bersaing, dan pilihan yang tidak terbatas.

Fenomena ini semakin ketara. Beberapa pedagang perabotan mulai kewalahan. Biaya operasional yang tetap tinggi, dan minimnya inovasi dalam beradaptasi membuat mereka sulit bernapas. Beberapa di antaranya terpaksa gulung tikar. Toko-toko yang dulunya ramai, kini terlihat kosong atau beralih fungsi menjadi gudang. Pedagang lain yang mencoba bertahan pun harus putar otak, misalnya dengan mengurangi stok barang yang dipajang atau memangkas jumlah karyawan.

Penurunan jumlah toko perabotan konvensional semakin nyata. Lorong-lorong yang dulunya penuh dengan pajangan lemari, meja, dan kursi, kini ada beberapa kios yang sudah tutup. Pedagang-pedagang yang masih bertahan adalah mereka yang memiliki modal kuat, atau yang berhasil menerapkan strategi adaptasi, seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi, membangun hubungan baik dengan pelanggan, atau menawarkan produk unik yang tidak banyak ditemukan di online shop. Mereka sadar bahwa sekadar menunggu pembeli datang tidak lagi relevan.

Situasi ini menggambarkan betapa krusialnya strategi bertahan bagi pedagang konvensional. Pengurangan jumlah toko ini bukan sekadar statistik, melainkan cerminan dari perjuangan keras para pedagang kecil dan menengah yang berusaha menjaga eksistensi di tengah arus perubahan zaman yang tak terhindarkan (Ramadhani R, 2019).

Perkembangan online shop telah memicu perdebatan di kalangan pedagang terkait dampaknya terhadap pendapatan dan keberlangsungan usaha mereka. Secara umum, munculnya online shop memberikan tantangan besar bagi pedagang pasar tradisional karena mengubah perilaku konsumen yang kini lebih memilih kemudahan, harga murah, serta efisiensi waktu berbelanja secara daring. Akibatnya, omzet pedagang mengalami penurunan signifikan (Latif M, 2020).

Sebagian pedagang merespon perkembangan ini secara negatif karena online shop menawarkan harga lebih kompetitif dan kemudahan pembayaran melalui transfer, sehingga konsumen beralih ke platform digital. Promo dan diskon yang rutin diberikan online shop juga menjadi faktor yang menarik konsumen meninggalkan pasar. Selain itu, keterbatasan inovasi dan teknologi yang dimiliki pedagang konvensional membuat mereka sulit bersaing dalam hal efisiensi operasional dan jangkauan pasar.

Namun, ada juga pedagang yang merespon secara positif dengan berusaha beradaptasi, misalnya dengan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran atau mencari strategi baru agar tetap kompetitif, Mereka menyadari bahwa bisnis online terus berkembang dan mencoba menemukan nilai tambah atau niche pasar yang tidak dilayani oleh online shop.

Pasar Mester Jatinegara, sebagai salah satu pasar yang berada di wilayah Jakarta Timur, merupakan pusat perdagangan yang telah lama menjadi andalan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, di tengah gempuran online shop, para pedagang perabotan di pasar ini menghadapi tekanan yang cukup berat. Penurunan jumlah pengunjung, perubahan preferensi konsumen, hingga persaingan harga dengan toko online menjadi beberapa tantangan utama yang harus mereka hadapi. Meski demikian, banyak pedagang konvensional yang tetap mampu bertahan dengan mengadopsi berbagai strategi untuk menjaga kelangsungan usaha mereka (Prasetyo B, 2020).

Peluang sinergi di masa depan antara pedagang konvensional dan online shop, khususnya pada pedagang perabotan di Pasar Mester Jatinegara, sangat potensial untuk dikembangkan dalam berbagai aspek. Integrasi sistem penjualan offline dan online dapat menjadi solusi inklusif yang memperluas jangkauan pasar sekaligus mempertahankan nilai budaya dan sosial pasar tradisional. Penggabungan antara interaksi langsung di pasar dengan kemudahan

transaksi digital, memungkinkan pedagang pasar menjangkau konsumen yang lebih luas melalui media sosial maupun platform online, sementara tetap mempertahankan pelayanan personal yang selama ini menjadi keunggulan para pedagang. Sinergi ini juga ada pendampingan penggunaan teknologi yang diberikan oleh pemerintah, sehingga mampu meningkatkan kemampuan pedagang dalam menjual barang secara digital tanpa kehilangan ciri khasnya. Selain itu, kolaborasi dengan penyedia logistik lokal dapat mempercepat proses pengiriman dan menaikan kualitas layanan, menyaingi kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh online shop. Transformasi pasar tradisional dengan konsep modern yang mengintegrasikan teknologi dan kenyamanan berbelanja juga menjadi peluang strategis agar pasar seperti Mester Jatinegara tetap relevan di era digital. Secara keseluruhan, kolaborasi antara pedagang konvensional dan platform digital tidak hanya membuka peluang peningkatan pendapatan, tetapi juga menjaga kelestarian nilai-nilai sosial dan budaya yang melekat dalam perdagangan tradisional, sehingga menciptakan ekosistem perdagangan yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan di masa depan (Santoso R, 2020).

Melalui penelitian ini, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam strategi bertahan yang dilakukan oleh para pedagang konvensional di Pasar Mester Jatinegara. Studi ini bertujuan untuk memahami cara mereka beradaptasi di tengah perkembangan e-commerce, serta menggali faktor-faktor yang memungkinkan mereka tetap eksis di tengah persaingan yang semakin ketat. Strategi bertahan yang dimaksud mencakup berbagai langkah yang diambil oleh pedagang, seperti penyesuaian produk dan layanan, penerapan teknologi dalam aktivitas bisnis mereka, serta peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. Tidak hanya itu, penting juga untuk memahami bagaimana mereka memanfaatkan kekuatan komunitas lokal dan kedekatan hubungan yang terjalin antara pedagang dan pembeli di pasar ini. Semua elemen ini menjadi faktor penting dalam menentukan

apakah pedagang konvensional masih bisa bertahan atau bahkan berkembang di tengah perkembangan pesatnya online shop (Sukanta T.A, 2020).

Keberhasilan bertahan bukan hanya bergantung pada strategi dagang dan inovasi barang, namun juga keberanian untuk terus belajar serta keterbukaan terhadap kemungkinan kolaborasi baik antar pedagang maupun dengan pihak eksternal misalnya dengan pemerintah. Tidak kalah penting adalah faktor kepercayaan personal antara pedagang dan konsumen yang masih menjadi modal besar, terutama bagi kios-kios yang telah lama berdiri dan memiliki hubungan emosional dengan pelanggan setia. Keunikan dalam budaya tawar-menawar, pelayanan langsung terhadap pembeli, serta pengalaman membeli secara langsung di pasar sesuatu yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh transaksi daring, masih menjadi keunggulan yang harus terus dioptimalkan sebagai daya tawar pedagang konvensional.

Fenomena ini tidak bisa dipandang sebagai pertarungan antara konvensional dan online secara mutlak, melainkan sebagai bagian dari evolusi bisnis yang menuntut seluruh pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan. Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang sepak terjang dan daya juang pedagang konvensional dalam merespon perubahan pola transaksi dan perilaku konsumen. Keberadaan pasar tradisional dengan segala perannya dalam ekonomi kerakyatan diharapkan tetap dapat bertahan, beradaptasi, serta berkembang secara beriringan dengan platform online di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki urgensi yang signifikan. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk menutup kekosongan dalam literatur yang secara khusus membahas tentang pedagang di pasar tradisional. Walaupun banyak penelitian tentang e-commerce, studi ini berfokus bagaimana pedagang konvensional merespon dan menyusun strategi, terutama dalam skala kecil dan lokal, masih sangat terbatas. Kedua, penelitian ini menyimpan nilai aplikatif yang besar. Hasil yang

diperoleh dapat dijadikan acuan atau panduan praktis bagi para pedagang di Pasar Mester serta pasar tradisional lain di Indonesia dalam merancang strategi ke depan. Penelitian ini juga memberikan pandangan tentang cara mengintegrasikan teknologi digital ke dalam model bisnis konvensional tanpa menghilangkan keunikan dan kelebihan yang ada. Ketiga, penelitian ini juga memiliki nilai sosial yang penting. Pasar tradisional merupakan bagian vital dari warisan budaya dan ekonomi bangsa Indonesia. Jika tidak ada upaya untuk mempertahankan dan menghidupkan kembali pasar-pasar tersebut, maka tidak hanya kerugian secara ekonomi yang akan dialami, tetapi juga hilangnya kekayaan budaya, sosial, dan identitas nasional suatu bangsa. Keberadaan dan kelangsungan pasar tradisional mencerminkan kemampuan masyarakat untuk beradaptasi terhadap perubahan tanpa harus mengabaikan nilai-nilai dasar fundamental tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang ada, terdapat beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Pertama, pedagang menghadapi kesulitan dalam bersaing dari segi harga. Hal ini disebabkan oleh platform online yang sering kali menawarkan harga yang lebih murah karena mereka memiliki biaya operasional yang minim, tidak perlu membayar sewa kios, serta mendapat keuntungan dari skala ekonomi yang lebih besar. Kedua, terdapat kesenjangan dalam akses dan pemahaman teknologi digital. Sebagian besar pedagang konvensional khususnya yang sudah berusia lanjut, tidak memiliki keterampilan dan memahami cara menggunakan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran maupun penjualan. Ketiga, adanya perubahan pola perilaku konsumen yang mulai menganggap belanja offline sebagai suatu hal yang merepotkan dan kurang efisien. Keempat, minimnya inovasi dalam model penjualan konvensional. Banyak pedagang di pasar pun masih menjalankan usaha dengan cara yang sama seperti beberapa tahun lalu, tanpa melakukan pengembangan atau menawarkan nilai tambah yang berbeda selain faktor harga.

Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana pedagang yang beroperasi secara konvensional tetap dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat akibat maraknya perkembangan toko daring atau online shop. Penelitian ini berfokus pada strategi-strategi adaptif maupun reaktif yang ditetapkan oleh para pedagang dalam mengelola bisnis mereka agar tidak tersingkirkan, meskipun perilaku konsumen telah banyak bergeser berkat kemudahan dari teknologi digital (Akhiruddin S, 2024).

Penelitian ini diharapkan membuka wawasan lebih luas bahwa keberadaan online shop memang membawa dampak yang signifikan, tetapi bukan berarti meniadakan peluang bagi pedagang konvensional. Justru, penelitian ini menyoroti pentingnya resiliensi, kreativitas, dan kemampuan adaptasi sebagai kunci utama bertahan di era digital. Pasar memiliki karakteristik pedagang yang beragam dan telah lama menjadi pusat jual beli. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan tidak hanya bermanfaat secara akademis, tetapi juga sebagai rujukan praktis bagi para pelaku usaha yang sama di tempat lain.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini karena peneliti dapat mengungkap dampak secara langsung, seperti penurunan pendapatan. Selain itu juga memberikan konteks sosial dan ekonomi yang khas dimana interaksi jual beli terjadi secara langsung, memungkinkan peneliti mendapatkan data primer melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1.2 Rumusan Masalah

Judul penelitian "STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG KONVENSIONAL di TENGAH GEMPURAN TOKO ONLINE (STUDI KASUS PADA PEDAGANG PERABOTAN di PASAR MESTER JATINEGARA)" mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh pedagang pasar akibat berkembangnya belanja online. Transisi ini tidak hanya mengubah cara konsumen berbelanja, tetapi juga

mempengaruhi keberlangsungan usaha pedagang konvensional. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada aspek-aspek penting yang perlu dijawab untuk memahami dan mendukung keberlangsungan pedagang konvensional.

1. Apa tantangan-tantangan yang dihadapi pedagang perabotan di Pasar Mester Jatinegara dalam menghadapi persaingan dengan online shop ?
2. Bagaimana strategi para pedagang konvensional di Pasar Mester Jatinegara untuk bertahan di tengah perkembangan online shop ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh pedagang perabotan dalam menghadapi persaingan dengan online shop.
- b. Supaya mengetahui strategi yang diterapkan oleh pedagang konvensional untuk bertahan di tengah perkembangan online shop.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam bagaimana pedagang konvensional, khususnya pedagang perabotan yang berada di pasar Mester Jatinegara, dapat bertahan dan beradaptasi di tengah pesatnya perkembangan e-commerce atau toko online yang semakin mendominasi sektor perdagangan. Seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan penetrasi platform e-commerce yang semakin luas, pedagang konvensional di Pasar Mester Jatinegara menghadapi tantangan besar dalam menjaga kelangsungan usaha mereka.

Pada dasarnya, pasar Mester yang sebelumnya menjadi tempat utama bagi masyarakat untuk membeli berbagai kebutuhan, salah satunya membeli kebutuhan perabotan, mulai tergeser oleh kenyamanan berbelanja online. Hal ini mempengaruhi daya tarik pasar tersebut, mengurangi jumlah pengunjung, serta menekan pendapatan para pedagang konvensional. Melalui penelitian ini, kita dapat melihat bagaimana pedagang-pedagang tersebut merespons perubahan ini dan mencari cara untuk bertahan dengan menerapkan berbagai strategi, baik

itu melalui perubahan pola pemasaran, pengembangan produk, ataupun perbaikan pelayanan.

Salah satu tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami adaptasi yang dilakukan oleh pedagang konvensional dalam mengelola perubahan pasar yang cepat. Ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti penggunaan teknologi untuk mempromosikan produk mereka, atau bagaimana mereka menjaga kualitas dan hubungan dengan pelanggan agar tetap loyal meskipun ada pilihan belanja online yang semakin menarik. Pedagang juga mungkin memanfaatkan platform digital dalam beberapa hal, meskipun mereka beroperasi di pasar tersebut, untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi strategi bertahan pedagang konvensional, seperti kebijakan pemerintah, infrastruktur pasar yang ada, atau perilaku konsumen yang semakin terbiasa berbelanja online. Dari sini, kita bisa mendapatkan gambaran mengenai tantangan yang dihadapi pedagang dan solusi yang mereka temukan, termasuk berbagai inovasi yang mereka terapkan dalam menjalankan usaha mereka (Irna, 2024).

Manfaat dari penelitian ini sangatlah besar, baik untuk pedagang itu sendiri, masyarakat, maupun pemerintah. Pedagang dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan bagaimana mereka dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk tetap bertahan dan bersaing. Bagi masyarakat, penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga eksistensi pasar yang kaya akan budaya dan tradisi, serta memberikan alternatif cara berbelanja yang tetap mengutamakan kualitas dan pelayanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki kontribusi yang sangat penting untuk memahami bagaimana pedagang pasar tradisional, khususnya di Pasar Mester Jatinegara, dapat bertahan dan berkembang

di tengah era digitalisasi yang terus berkembang pesat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi bertahan bagi pedagang di pasar tradisional lainnya di Indonesia, sehingga mereka tidak hanya bertahan, tetapi juga dapat berkembang di tengah perubahan zaman yang semakin cepat.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan dalam sebuah proposal penelitian adalah bagian awal yang memberikan gambaran umum tentang topik penelitian yang akan dilakukan. Isi dari bab pendahuluan ini antara lain : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kumpulan teori yang didapatkan dari berbagai macam sumber yang akan digunakan sebagai bahan rujukan dalam melakukan kegiatan penelitian atau membuat karya tulis ilmiah. Isi dari bab kajian pustaka antara lain : penelitian terdahulu, kerangka konsep, kerangka teori, kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan kegiatan pengumpulan, pengelolaan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Isi dari bab metode penelitian ini antara lain : jenis penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan data secara empiris sesuai dengan tujuan dan juga rumusan masalah. Hasil penelitian merupakan bagian yang di dalamnya memaparkan data, temuan, dan fakta yang diperoleh

selama dilakukannya penelitian. Dalam proses ini, peneliti menyajikan data yang sudah dikumpulkan secara sistematis, baik melalui wawancara, observasi, dan juga dokumentasi, sesuai dengan metode yang peneliti gunakan. Data tersebut biasanya diolah dan disajikan bisa dalam bentuk tabel, grafik, diagram, maupun narasi deskriptif supaya lebih mudah dipahami.

Pada bagian pembahasan ini merupakan bagian dari inti penelitian yang berfungsi sebagai penghubung antara hasil penelitian dengan teori yang digunakan. Pada bagian ini, peneliti mendeskripsikan dan juga menganalisis data yang sudah diperoleh. Pembahasan itu bersifat argumentatif, serta memperlihatkan pemahaman mendalam mengenai topik yang diteliti.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup itu terdiri dari 2 sub bab, yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan padat yang memuat hasil utama dari penelitian dengan menggunakan bahasa yang singkat, jelas, dan sistematis. Isi bagian dari kesimpulan bukan Cuma mengulang isi bab, melainkan menjabarkan kembali dengan pemahaman baru yang fokus dengan penelitian. Saran ini berisi rekomendasi yang bersifat konstruktif dan operasional.

