



Budaya Dagang Tradisional di Era Digitalisasi Perdagangan

Timotius Hernika Putra

Universitas Jember

Alamat: Jl. Kalimantan Tegalboto No.37, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari,
Kabupaten Jember, Jawa Timur

Korespondensi penulis: hernikatimotiusp@gmail.com

Abstract. *The field of business of grocery stores or traditional shops is currently experiencing various developments, both the number of shops and the variety of goods they sell is growing. But from the other side, there are also shops that sell their wares not through the physical form of shop buildings, and they take advantage of technological developments, such as the use of smartphones in running their business. Apart from all that, businesses that use online stores can be said to be quite promising because the seller does not need to open a physical store and spend capital to open the store, because now they can still trade only from home and market it through online stores that have been there is this. With this online shop application, there are positive and negative sides, especially if we are dealing with grocery stores that still exist today. Based on what was discussed, the authors used a quantitative research methodology. Based on the results that the author has obtained from these respondents, many of them really like online shopping, both for grocery store needs and personal needs, but there are also respondents who answer that because the emergence of this online shop has actually made their grocery store business sector experienced a decrease in the number of buyers and what most often happened according to these respondents was that the goods that came did not match what was expected.*

Keywords: *grocery store; modern technology; socio-economic; online shop.*

Abstrak. Bidang usaha toko kelontong atau toko tradisional pada saat ini semakin mengalami berbagai perkembangan, baik itu jumlah tokonya hingga bermacam-macam barang yang dijualnya semakin mengalami perkembangan. Namun dari sisi lain, terdapat juga toko yang menjual barang-barang dagangannya dengan tidak melalui bentuk fisik berupa bangunan toko, dan mereka banyak memanfaatkan perkembangan teknologi, seperti penggunaan telepon pintar (smartphone) dalam menjalankan usahanya. Terlepas dari itu semua, bisnis yang menggunakan toko online ini bisa dibilang cukup menjanjikan karena si penjual tidak perlu membuka toko yang berbentuk fisik dan menghabiskan modal untuk membuka toko tersebut, karena saat ini mereka bisa tetap berdagang hanya dari rumah dan memasarkannya melalui toko online yang telah ada ini. Dengan adanya aplikasi toko online ini, terdapat sisi positif dan negatifnya, terlebih jika kita hadapkan dengan toko kelontong yang masih ada saat ini. Berdasarkan apa yang dibahas, penulis menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil yang telah penulis peroleh dari para responden tersebut, banyak pula dari mereka yang sangat menyukai berbelanja online, baik itu untuk kebutuhan toko kelontong maupun kebutuhan pribadi,

namun ada pula responden yang menjawab karena munculnya toko online ini justru membuat bidang usaha toko kelontong mereka ini mengalami penurunan jumlah pembeli dan yang paling sering terjadi menurut para responden tersebut adalah barang yang datang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata kunci: teknologi modern; toko kelontong; toko online; sosial ekonomi.

LATAR BELAKANG

Berbagai perkembangan teknologi menuntut kita untuk semakin memperbarui cara hidup kita, dari yang sebelumnya serba tradisional atau kuno, menjadi serba digital atau modern. Di dalam dunia teknologi, inovasi dan berbagai penemuan baru bisa datang setiap hari. Dan hampir bisa dikatakan bahwa manusia yang hidup pada saat ini sudah sangat bergantung dengan teknologi yang diciptakan dan dikembangkan untuk memudahkan berbagai cara hidup manusia.

Pada zaman sekarang ini, ada banyak sekali teknologi dalam kehidupan kita, yang biasa kita gunakan mulai dari sejak kita bangun tidur di pagi hari, hingga akan tidur di malam hari pun pasti akan menggunakan berbagai macam teknologi itu. Perkembangan teknologi seperti ini lah yang akhirnya banyak membuat berbagai bidang kehidupan bisa menjadi semakin mudah, namun di sisi lain bisa juga berdampak buruk, terlebih dalam aspek kegiatan perekonomian yang sifatnya masih menggunakan teknologi atau cara konvensional.

Budaya perdagangan tradisional di era digital saat ini terus berkembang dan beradaptasi dengan teknologi informasi dan sistem informasi. Digitalisasi telah mempengaruhi UMKM dan pemasaran 4.0, termasuk pada pemasaran barang kebutuhan sehari-hari telah banyak dilakukan secara online.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengambil tiga orang responden. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan juga digitalisasi juga dapat membantu dalam pemberdayaan masyarakat dan pelatihan penguasaan teknologi untuk membangun lingkungan hidup yang berkelanjutan.

Namun, di samping kelebihanannya, digitalisasi juga dapat membawa dampak negatif pada toko tradisional. Transformasi toko tradisional menjadi toko online dapat

mengikis keberadaan para pedagang tradisional karena minat konsumen untuk berbelanja online lebih tinggi daripada berbelanja di toko tradisional. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dan pembinaan pada proses penjualannya agar barang dari toko tradisional dapat bersaing dengan toko online.

Fenomena atau peristiwa atau bisa dibilang juga kemunculan dari situs-situs toko online di era saat ini menjadi suatu hal yang sangat diminati, baik itu dari kalangan orang dewasa sampai anak-anak sekalipun. Tidak terbatas pula baik bagi laki-laki maupun perempuan, semuanya bisa mengakses atau memiliki akun toko online tersebut. Beragam toko online pun mulai bermunculan sejak lima tahun terakhir, sebagai contoh yaitu seperti, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, JD.ID, Lazada, OLX, dan lain sebagainya, dan toko online semacam ini juga telah mendapat sertifikasi dari pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang pastinya membuat toko online seperti ini bisa lebih aman dan lebih bisa dipercaya oleh banyak kalangan masyarakat, terlebih kalangan orang dewasa dan remaja. Tidak hanya itu, dalam perkembangan teknologi saat ini, kita juga bisa mengakses barang-barang dari luar negeri, dan bisa kita pesan pula melalui aplikasi toko online, contohnya seperti Alibaba, dan situs atau aplikasi lain yang telah memiliki sertifikasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Fakta dari fenomena seperti ini membuat banyak orang atau bahkan perusahaan dan pabrik yang juga berlomba-lomba untuk dapat memasarkan barang dagangannya di berbagai situs atau aplikasi toko online supaya keuntungan yang mereka dapat dari produk yang mereka jual bisa semakin besar, selain itu, agar toko atau perusahaan yang mereka miliki bisa semakin dikenal dan semakin diminati oleh masyarakat luas, khususnya seperti yang ada di Indonesia. Selain itu, fenomena seperti ini juga semakin dimanfaatkan oleh para perusahaan untuk bisa menjangkau para pembeli skala grosir, namun dengan jumlah yang tidak terlalu besar. Fenomena yang terjadi seperti ini bisa dibilang menjadi suatu cara untuk bisa mendongkrak kondisi ekonomi yang ada di Indonesia, dan ini juga bisa dibilang merupakan sebuah cara bagi Indonesia dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin mengutamakan kemajuan teknologi.

Selain dari kelebihan-kelebihan atau keuntungan-keuntungan yang ada di atas, penulis juga mendapatkan beberapa kekurangan-kekurangan yang muncul, terlebih

lagi terhadap bidang usaha toko kelontong yang selama ini telah ada dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, terlebih di kawasan Kelurahan Antirogo ini. Oleh karena itu, penulis menjadikan topik ini sebagai bahan pembahasan dalam penelitian serta artikel yang penulis buat ini, karena menurut saya penting juga untuk mengetahui bagaimana dampak-dampak yang muncul, baik itu dampak positif maupun dampak negatif, serta pengaruhnya dari semakin populernya aplikasi toko online ini dan menurut penulis penting juga jika kita sebagai generasi muda untuk bisa semakin mengembangkan kemampuan berbisnis kita melalui pengalaman mereka dan membantu mereka, para pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbentuk toko kelontong di tengah berbagai perkembangan teknologi yang saat ini sedang berlangsung dengan sangat pesat. Dalam era digitalisasi, penting bagi pelaku perdagangan tradisional untuk terus beradaptasi dan memanfaatkan teknologi informasi dan sistem informasi untuk meningkatkan daya saing produk dan memperkenalkan budaya nusantara ke pasar global.

KAJIAN TEORITIS

Fenomena yang terjadi pada kenyataan seperti inilah yang akhirnya membuat penulis memilih untuk membahas serta menggunakan teori Struktural Konstruktif dari tokoh Sosiologi PostModern, Pierre Bourdieu dengan konsep modal. Selain teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, penulis juga memiliki batasan pada ruang lingkup penelitian, yaitu penulis lebih berfokus pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), berupa pedagang yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari di sebuah toko yang beliau atau informan miliki.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori struktural konstruktif. Teori struktural konstruktif milik Bourdieu muncul dari adanya pencampuran antara dua teori yang saling bertentangan, yaitu teori struktural dan teori eksistensialisme. Kedua teori ini memiliki paham yang sangat berbeda bahkan bisa dikatakan bertentangan. Bourdieu tidak setuju atas pandangan dari aliran Strukturalisme Saussure, Levi-Strauss, dan Strukturalisme Marxis, alasannya karena aliran strukturalis lebih berfokus pada struktur-struktur objektif dan mengabaikan proses konstruksi sosial.

Ketidaksetujuannya tersebut akan pandangan strukturalisme yang mengabaikan agensi, sehingga Bourdieu berusaha untuk mengembalikan aktor-aktor kehidupan nyata

yang tidak diperhatikan oleh aliran strukturalis. Menurut Bourdieu, struktur juga terdapat dalam dunia sosial, dan struktur objektif merupakan hal yang independen dari kesadaran dan kehendak agensi yang mampu menuntun atau membimbing praktik dan representasinya. Pemikiran ini diadopsi Bourdieu menjadi pemikiran konstruktif untuk menjelaskan asal-usul skema persepsi, pemikiran, dan tindakan serta struktur-struktur sosial.

Dalam penjelasannya, teori strukturalisme ini muncul sebagai reaksi humanisme Perancis terutama terhadap eksistensialisme Jean-Paul Sartre. Menurut pandangan Sartre, apa yang dilakukan setiap orang ditentukan oleh orang itu sendiri, bukan oleh hukum sosial atau struktur sosial. Menurut Sartre, manusia itu merupakan individu yang bebas dan bertanggung jawab atas dirinya sendiri.

Pengaruh luar atau struktur itu sendiri kurang diperhatikan oleh Sartre melainkan hanya determinisme subjek semata. Berangkat dari kedua teori ini (strukturalisme dan eksistensialisme), Bourdieu mengkomparasikan kedua aliran yang berseteru. Eksistensialisme terlalu menekankan kebebasan individu (agen) dalam berperilaku dan mengabaikan pengaruh dari struktur (norma atau aturan). Sebaliknya strukturalisme terlalu menekankan determinisme struktur, sehingga mematikan peran subjek. Bourdieu mengawinkan kedua teori tersebut menjadi teori baru, yaitu strukturalisme konstruktif. Konsep penting dalam teori praktik Bourdieu yaitu, habitus, arena/ranah/medan (*field*), kekerasan simbolik, modal (*capital*), dan strategi. Namun, saat ini yang menjadi fokus peneliti dalam menyusun artikel ini yaitu peneliti menggunakan konsep modal (*capital*) dari teori strukturalisme konstruktif Bourdieu. Alasan dari penulis memilih konsep modal, karena dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, entah itu pada bisnis dengan metode tradisional seperti topik pembahasan kita sebagai toko kelontong maupun bisnis toko online, semuanya membutuhkan modal.

Menurut pandangan Bourdieu, modal harus ada dalam setiap ranah, agar ranah tersebut mempunyai arti. Legitimasi aktor dalam tindakan sosial dipengaruhi oleh modal yang dimiliki. Modal dapat dipertukarkan antara modal yang satu dengan modal yang lainnya, modal juga dapat diakumulasi antara modal yang satu dengan yang lain. Ketika berbicara mengenai modal, ada satu hal yang membuat peneliti menjadi lebih yakin bahwa dengan munculnya aplikasi toko online ini dapat meningkatkan produktifitas para

pemilik toko kelontong. Hasilnya yaitu memang dari antara mereka ada yang memanfaatkan toko online ini sebagai sarana untuk berbelanja barang dagangan mereka dengan jumlah yang lebih besar, karena pada toko online biasanya terdapat harga khusus untuk pembelian dalam jumlah yang banyak, dan tentunya mereka juga sudah memilih penjual (*seller*) yang terpercaya atau bisa diandalkan. Dengan modal yang lebih minim, para pemilik toko kelontong ini bisa menjual kembali barang dagangannya dengan harga yang sedikit lebih terjangkau daripada berbelanja pada toko kelontong grosiran. Tetapi akan menjadi hal yang berbeda ketika pemilik toko kelontong ini berbelanja pada penjual (*seller*) yang salah, mereka bisa jadi ditipu, atau barang yang dikirim tersebut sudah kadaluwarsa (jika pembeliannya adalah makanan atau minuman), atau bisa saja barang yang datang tidak sesuai dengan yang diharapkan, dengan hal seperti ini akhirnya pemilik toko kelontong pastinya dapat mengalami kerugian yang tidak sedikit.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan salah satu jenis pendekatan penelitian fenomenologi. Pendekatan penelitian fenomenologi ini merupakan jenis pendekatan penelitian yang membahas tentang berbagai pengalaman hidup yang dialami oleh individu, maupun beberapa individu. Sebab serta tujuan digunakannya pendekatan penelitian fenomenologi ini ialah, karena dalam penulisan penelitian ini, penulis memilih jenis penelitian yang berkaitan dengan pengalaman hidup yang dialami oleh informan, dan informan di sini hanya membutuhkan satu hingga individu agar dapat berjalan sebagaimana mestinya penelitian ini dilakukan.

Sedangkan untuk topik yang penulis gunakan di dalam proposal ini, yaitu mengenai pengaruh kemunculan dan pertumbuhan popularitas dari toko online terhadap pertumbuhan atau perkembangan ekonomi pada toko kelontong. Topik seperti ini menurut penulis menjadi suatu hal yang menarik untuk dibahas dikarenakan pada zaman sekarang, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat, sehingga kebanyakan dari masyarakat yang tidak gagap teknologi (*gaptek*) dapat dengan mudah mengikuti tren berbelanja di toko online ini, bahkan tidak jarang masyarakat saat ini lebih memilih berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan sarana teknologi berupa toko online, dikarenakan selain lebih mudah dalam proses transaksi, banyaknya promo-promo menarik berupa diskon atau potongan harga barang

yang ada, bahkan pembeli pun terkadang, atau dapat dibayangkan sering kali tidak perlu membayar ongkos kirim, sehingga fenomena seperti ini secara tidak langsung akan menimbulkan dampak pada perkembangan toko-toko kelontong yang cenderung tidak bisa menjual kembali barang-barang dagangannya dengan harga yang lebih murah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian dan analisis data Budaya Dagang Tradisional di Era Digitalisasi Perdagangan menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh signifikan dan positif. Artinya apabila variabel kapabilitas pemasaran (X1) mengalami kenaikan maka variabel Pemasaran barang dagang secara tradisional (Y) juga akan mengalami kenaikan. Sedangkan apabila variabel kapabilitas pemasaran (X1) mengalami penurunan maka variabel Pemasaran barang dagang secara tradisional (Y) juga akan turun. Berdasarkan hasil kuesioner pelaku UMKM di Kabupaten Jember rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori setuju berkaitan dengan kapabilitas pemasaran mencapai 79%. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik kapabilitas pemasaran dalam perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Variabel kapabilitas pemasaran dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator yaitu penelitian pasar, penetapan harga, pengembangan produk dan promosi. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Dari beberapa item pernyataan dalam kuesioner yang memiliki kontribusi paling besar terhadap kinerja UMKM adalah berkaitan dengan pernyataan menentukan harga sesuai dengan harga pesaing mencapai 82,6%. Sedangkan pernyataan yang memiliki kontribusi paling rendah yaitu perusahaan mengamati target pasar yang ada, mencapai 72,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM menyesuaikan harga dengan para kompetitornya akan tetapi dalam segi pengamatan pasar yang ada masih belum maksimal. Perkembangan yang baik tentang kemampuan pemasaran sangat penting untuk kegiatan pemasaran dalam usaha pengumpulan informasi tentang kebutuhan pasar dan pemilihan segmentasi target pasar (pasar kegiatan perencanaan); pengembangan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan segmen yang ditargetkan (melalui kegiatan pengembangan produk); harga jasa/produk dan layanan komunikasi manfaat yang ditawarkan kepada target pasar. Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM di Kabupaten

Jember. Hasil penelitian relevan dilakukan oleh Lazuardy, Away dan Majid (2014) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik langsung maupun melalui variabel *intervening* dari variabel kepemimpinan, budaya organisasi terhadap kinerja perusahaan. Begitu juga dengan hasil penelitian oleh Sylvie Laforet (2016) menunjukkan bahwa Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Toko online telah banyak diketahui dan digemari oleh masyarakat terutama oleh masyarakat di Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember. Banyak dari mereka yang menggunakan toko online sebagai alternatif berbelanja, di mana saat ini masyarakat tidak perlu repot untuk keluar rumah atau bertatap muka langsung dengan penjual, atau bisa membeli barang yang tidak tersedia di Jember, dan bagi para pemilik toko kelontong, kemunculan dan populernya toko online ini juga membuat para pemilik toko kelontong ini menjadi lebih mudah untuk membeli barang dagangan untuk melengkapi tokonya. Selain itu, dengan pembelian dengan jumlah lebih banyak, para pemilik toko ini juga bisa menjual kembali barang dagangannya dengan untung yang sedikit lebih banyak ketimbang membeli langsung pada toko kelontong grosir.

Namun, dari sisi positif tersebut ada pula sisi negatifnya, yaitu membuat konsumen atau pembeli menjadi kurang bersosialisasi dengan tetangganya atau dengan para pemilik toko yang ada di sekitar tempat tinggal konsumen tersebut. Sisi negatif yang lain yaitu terkadang yang banyak dikeluhkan oleh konsumen yaitu terkadang barang yang dipesan, datang dengan jumlah atau ukuran yang berbeda dalam kata lain tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Kesimpulannya yaitu toko online bisa saja membantu perekonomian dari pemilik toko kelontong, namun jika tidak selektif dalam bertransaksi akan dapat menyebabkan kerugian.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Alfian, N., Rohmaniyah, R., & Fitriana, L.N. (2022). APLIKASI FITUR BELANJA SEBAGAI UPAYA DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3) 1592-1596. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i3.7097>.

- Alisyia, N.F. (2023). Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2). <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i2.18782>.
- Ariyani, N.I., & Nurcahyono, O.H. (2018). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17442>.
- Eka, E.P., Deviawati, D., Maulani, N.F., & Shidiq, M.J. (2022). Perubahan Perilaku Konsumen Pasar Tradisional & Pasar Modern Dimasa Pandemic dan Masa “New Normal” di Kabupaten Garut. *Jurnal Ekobistek*, 11(4) 7-14. <http://dx.doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.362>.
- Hariyono, Syech. (2022). Strategi Kelangsungan Pedagang Kecil di Pasar Tradisional. *Electronic Journal of Social and Political Sciences*, 9(4). <https://doi.org/10.19184/e-sos.v9i4.36373>.
- Siregar, Mangihut. (2016). Teori “Gado-gado” Pierre-Felix Bourdieu. *Jurnal Studi Kultural*, 1(2) 79-82. <http://journals.an1image.net/index.php/ajsk>.

Buku Teks

- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset/Memilih Di antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, George. (2014). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sumber dari internet dengan nama penulis

- Octian, Ardito Wahyu (2022) Apa Itu Toko Kelontong? Inilah Pengertian dan Jenis-Jenisnya. <https://mitra.bukalapak.com/artikel/apa-itu-toko-kelontong-116025>. diakses tanggal 20 Juni 2023.

Sumber dari internet tanpa nama penulis

- DosenSosiologi.Com. (2021). Pengertian Wawancara, Jenis, Kelebihan, Kekurangan, Tujuan, dan Contohnya. <https://dosensosiologi.com/pengertian-wawancara-jenis-dan-contohnya-lengkap/>, diakses tanggal 25 Mei 2023.
- KBBIDaring (2016). Toko. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/toko>, diakses tanggal 2 Juni 2023.
- KBBIonline. (2021). Kelontong. <https://kbbi.web.id/kelontong>, diakses tanggal 2 Juni 2023.
- TokoDaring. (2021). Toko Online Adalah (Pengertian Toko Online). <https://tokodaring.com/ecommerce/toko-online-adalah/>. diakses tanggal 5 Juni 2023.