

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Fenomena perkembangan pasar menjadi salah satu topik yang begitu dikenal masyarakat luas. Pasar yang pada awalnya merupakan sebuah tempat berlangsungnya kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh pihak pembeli dengan penjual secara langsung, kini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan perkembangan zaman.

Keberadaan teknologi sampai saat ini berkembang secara pesat sehingga mampu membawa perubahan masyarakat luas bahkan dunia kepada kehidupan yang lebih baik. Semakin berkembang teknologinya maka semakin besar peranannya dalam kehidupan manusia. Manusia yang pada awalnya hidup dengan sederhana kemudian mencapai kepada kehidupan yang kompleks berkat kemajuan teknologi yang ada. Perkembangan teknologi semakin maju berkat munculnya jaringan internet. Perkembangan inilah yang disebut sebagai perkembangan IPTEK. Munculnya internet juga merupakan perkembangan yang diciptakan manusia yang dilalui untuk memanfaatkan energi dari alam untuk kehidupan manusia. Manusia dalam kehidupannya tidak dapat menghindari teknologi internet yang saat ini beredar dan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Ini merupakan inovasi yang dilakukan manusia.

Perkembangan zaman yang semakin canggih telah membantu kehidupan setiap orang, sehingga seluruh masyarakat dapat merasakan kemudahan dari masa

ke masa. Perkembangan yang semakin pesat ini ditandai dengan semakin meningkatnya perkembangan IPTEK yang diterima di seluruh negara. Informasi mudah diakses berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan tersebut telah membawa masyarakat memasuki era digital, dimana interaksi tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka melainkan melalui berbagai sarana pendukung yang dimanfaatkan secara maksimal. Saat ini, jejaring sosial telah menjadi salah satu sarana utama komunikasi dan ekspresi diri.

Secara umum era digital adalah suatu masa dimana teknologi internet mempermudah kehidupan manusia termasuk dalam hal pekerjaan manusia. Namun dalam periode ini seluruh teknologi yang ada merupakan teknologi digital. Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dapat dilakukan secara digital dengan jarak jauh, pekerjaan yang dapat dilakukan dari jarak jauh bahkan kebutuhan berbelanja dapat dilakukan dengan berbelanja jarak jauh. Suatu zaman dalam kehidupan manusia yang dalam masa tersebut mengadopsi media digital dalam keseharian masyarakat disebut sebagai era digital (Rahayu, 2019).

Hal ini semakin dipermudah dengan dimunculkannya media sosial dalam era digital. Media sosial merupakan hasil daripada perkembangan teknologi yang sangat mempermudah kebutuhan informasi secara luas dalam era digital. Namun saat ini lebih dari sekedar penyedia informasi, media sosial telah mengubah cara masyarakat dengan mudah mengakses berbagai kebutuhan belanja, terutama melalui perkembangan teknologi komunikasi dan internet. Hal ini merupakan faktor penting dalam perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan media sosial tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi tetapi juga menjadi

faktor kunci dalam mendorong refleksi, dialog, dan tindakan terhadap isu-isu sosial.

Media sosial yang pada awalnya hanya sebagai wadah dimana setiap orang diberikan hak dan kebebasan untuk mengekspresikan diri dan kehidupan sehari-hari. Namun seiring dengan perkembangannya media sosial kemudian berkembang menjadi alat yang tidak hanya sebagai wadah ekspresi kehidupan kemudian berkembang menjadi sarana untuk terjadinya kegiatan jual beli yang dilakukan secara tidak langsung. Artinya secara tidak langsung adalah kegiatan ini mampu dilakukan tanpa terjadinya pertemuan langsung antara penjual dengan pembeli.

Kehidupan manusia yang saat ini semakin kompleks mempengaruhi peradaban manusia dimana segala sesuatu dapat dilakukan hanya dengan sentuhan jari melalui media sosial yang dirangkai oleh manusia. Perkembangan inovasi manusia saat ini menyebabkan media sosial memiliki berkembang menjadi beberapa aplikasi seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, *TikTok*, dan lain sebagainya. Kemudian inovasi baru juga dilakukan mengingat kebutuhan belanja masyarakat semakin kompleks. Media sosial yang pada awalnya hanya untuk media informasi, komunikasi dan hiburan berkembang menjadi beberapa fitur dan aplikasi yang dapat digunakan untuk proses jual beli yang dapat dilakukan melalui online.

Beberapa media sosial yang berkembang yaitu *Shoopee*, *Lazada*, *TikTok Shop* dan lain sebagainya. Perkembangan digital ini berkembang dengan pesat sejak terjadinya pandemi Covid-19, yang kemudian menuntut kehidupan manusia

tanpa berinteraksi secara langsung baik individu dengan individu, individu dengan kelompok maupun antarkelompok. Sehingga segala sesuatu dapat dilakukan melalui *gadget*.

Perkembangan digital ini memberikan kemudahan dan peluang besar bagi para UMKM di Indonesia. UMKM adalah sebuah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang dimana bisnis ini terdiri dari bisnis dengan skala kecil hingga menengah dalam perekonomian. Peran vital UMKM dalam perekonomian sebuah negara terletak pada kemampuannya untuk menciptakan lapangan pekerjaan sehingga berdampak pada pengentasan kemiskinan (Priyono & Sari, 2023). Oleh karena itu pemerintah mendukung keberlanjutan UMKM di Indonesia guna kemajuan bangsa Indonesia.

Hal ini sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 pada tahun 2008, dimana UMKM dinyatakan sebagai bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi standar ketentuan sebagai usaha mikro. Harapannya dalam UMKM ini, UMKM dapat menjadi pihak yang dominan dalam produktivitas dan daya saing dalam konteks ekonomi nasional. Sejak munculnya aplikasi belanja online, perdagangan dalam masyarakat pun kemudian berinovasi menjadi perdagangan secara online. Perdagangan secara online ini juga disebut sebagai *online shop* bagi kalangan generasi muda saat ini. *Online shop* ini merupakan sistem perdagangan yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat tanpa melakukan pertemuan langsung antar penjual dengan pembeli melalui *smartphone*. Selain itu pembayaran dalam

perdagangan ini juga dapat dilakukan melalui sistem *Cash On Delivery* dan pembayaran melalui transaksi secara *online*.

Hal ini tentunya menjadi pertimbangan terhadap UMKM konvensional yang sistem perdagangannya hanya dilakukan melalui sistem *offline*. Pasar MMTC (*Medan Metropolitan Trade Centre*) adalah salah satu pasar konvensional dengan sejumlah UMKM yang berdagang secara langsung. Pasar ini terletak di Jalan William Iskandar, Kenangan Baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Pasar ini merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang menjual beragam mulai dari fashion, emas, dan pangan. Penelitian ini lebih difokuskan kepada UMKM di Pasar MMTC yang menjual fashion. Hal ini karena saat ini *online shop* yang paling diminati masyarakat luas adalah bagian fashion.

Tentu fenomena ini menjadi hal yang penting untuk diperhatikan bagi para UMKM yang berada di Pasar MMTC karena perputaran *trend-trend* yang sangat cepat sampai saat ini menjadi persaingan dengan *online shop*. Namun seperti yang diketahui bahwa tidak seorangpun dapat mengelakkan kemajuan IPTEK yang ada. Hal ini mengharuskan UMKM di Pasar MMTC untuk beradaptasi dengan era digital saat ini.

Adapun penelitian yang berhubungan dengan UMKM dan era digital adalah penelitian yang dilakukan oleh (Nurngaeni, 2019) yang membahas mengenai Pemanfaatan Media Sosial (Online) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Nikijuluw, Borong, & Londa, 2020) yang membahas mengenai Perilaku

Masyarakat Di Era Digital (Studi di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Natania & Dwijayanti, 2024) yang membahas Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM.

Berdasarkan data yang dikaji mengenai UMKM dan pasar era digital yang pernah diteliti sebelumnya terdapat kekurangan dalam penelitian tersebut. Kekurangan pada penelitian tersebut adalah tidak adanya pembahasan terkait strategi adaptasi ekonomi alternatif yang dilakukan oleh UMKM konvensional terhadap era digital.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi adaptasi ekonomi alternatif UMKM konvensional dalam menghadapi era digital. Adapun yang menjadi temuan dalam penelitian ini akan menjadi salah satu ketertarikan dari penelitian lainnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang saya angkat dalam proposal ini untuk mengungkap mengenai kajian strategi adaptasi ekonomi alternatif dalam menghadapi era digital dengan studi kasus UMKM *Fashion* di Pasar Raya MMTC, sebagai berikut:

1. Bagaimana UMKM di pasar MMTC mengidentifikasi tantangan pasar era digital?
2. Bagaimana strategi adaptasi ekonomi alternatif UMKM di Pasar Raya MMTC di era digital?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas yang akan diteliti, maka adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh UMKM yang berada di Pasar Raya MMTC dalam menghadapi pasar era digital.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan oleh UMKM di Pasar Raya MMTC di era pasar digital.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki manfaat yang penting. Adapun manfaat penelitian ini dapat dijabarkan menjadi dua jenis, yaitu manfaat praktis dan teoritis, sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari hasil penelitian ini adalah memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pendidikan antropologi terkait bagaimana UMKM untuk dapat beradaptasi dengan era digital yang semakin berkembang sampai saat ini.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada publik mengenai strategi adaptasi ekonomi alternatif yang dilakukan oleh UMKM di Pasar Raya MMTC dalam menghadapi era digital.