

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Online shop merupakan salah satu bentuk bisnis yang beroperasi secara daring melalui internet. Melalui *online shop*, pelanggan dapat menjelajahi, memilih, dan melakukan pembelian produk secara daring menggunakan situs web. Perkembangan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi belanja secara *online*, seperti perkembangan industri *online shop* di Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan pesat. Dahulu, orang-orang biasanya melakukan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, yang kemudian berlanjut dengan negosiasi harga sebelum transaksi terjadi.

Era *modern*, pedagang pasar telah dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan teknologi, terutama dalam hal pemasaran *online*. Kemajuan teknologi telah mengakibatkan perubahan besar dalam dunia pemasaran. Pertumbuhan teknologi ini telah mendorong masyarakat untuk beradaptasi dan mengadopsi perubahan, sehingga menciptakan peluang bisnis baru dan mempengaruhi cara berbelanja. Sehubungan dengan hal tersebut, *online shop* membuat suatu perkembangan bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pertumbuhan dan perubahan pada teknologi, mendorong masyarakat untuk belajar dan memanfaatkan berbagai pengetahuan serta sumber daya yang lebih mudah diakses. *Online shop* dapat mencakup semua kalangan baik itu dari yang tua sampai yang muda dan daerah pemasaran yang lebih luas, karena konsumennya dapat berasal

dari berbagai macam tempat di seluruh dunia. Namun, pedagang menghadapi kendala dalam mengadopsi model bisnis *online* ini. Minimnya pengetahuan atau sumber daya yang diperlukan untuk beroperasi secara *online*, sehingga menghadapi resiko kehilangan peluang bisnis.

Persaingan di antara pedagang semakin meningkat, dari segi pemasaran yang dulunya hanya menggunakan iklan dan media sebagai alat promosi yang membutuhkan biaya tinggi, sekarang dapat dilakukan dengan praktis melalui media sosial. Perubahan perilaku tidak hanya terjadi pada pedagang, tetapi juga pada konsumen. Jika sebelumnya mereka lebih suka berbelanja di pasar, sekarang mereka lebih suka berbelanja secara *online*, karena lebih mudah untuk melakukan transaksi hanya menggunakan ponsel. Perubahan perilaku konsumen ini berdampak pada pendapatan pedagang.

Pasa Ateh Bukittinggi merupakan salah satu pasar yang ada di Bukittinggi. *Pasa Ateh* terletak bersebelahan dengan *Jam Gadang*, layaknya pasar pada umumnya *pasa ateh* Bukittinggi juga menjual beranekaragam kebutuhan masyarakat. Kehadiran *pasa ateh* memudahkan masyarakat Bukittinggi dalam memenuhi kebutuhan. Begitu beragam kebutuhan dan jenis barang dagangan yang disediakan di *pasa ateh* seperti pakaian wanita, pakaian pria, sepatu, tas, dan berbagai produk lainnya. Mereka merupakan pedagang yang memilih perdagangan sebagai mata pencarian. Pedagang pasar ini mempunyai latar belakang yang dapat mencerminkan budaya atau kebutuhan lokal di mana mereka beroperasi.

Pasar memainkan peranan penting dalam ekonomi, karena mereka menciptakan peluang bisnis dan mempengaruhi kebijakan ekonomi.

Meskipun terdapat perbedaan antara berbelanja di *pasa ateh* dan berbelanja *online*, seperti pasar pada umumnya konsumen dapat melihat, memilih dan mengecek kondisi barang secara langsung serta dapat mengajukan penawaran terhadap barang yang akan dibeli, sedangkan ketika konsumen belanja *online*, maka konsumen tersebut hanya bisa melihat produk yang hanya terpampang dilayar kaca sekaligus telah dicantumkan informasi produk. Banyak pelanggan yang beralih ke belanja *online* karena kenyamanan dan beragam pilihannya. Trend ini mengurangi jumlah pelanggan yang datang ke *pasa ateh*. Maraknya *online shop* adalah bagian dari trend global yang mendorong digitalisasi bisnis. Pedagang yang tidak mampu beradaptasi dengan trend ini mungkin akan menghadapi kesulitan dalam menjaga kelangsungan bisnis mereka.

Keberadaan *online shop* ini berpengaruh dan berdampak terhadap pedagang *pasa ateh* dari berbagai aspek seperti persaingan yang lebih ketat di mana pedagang harus bersaing dengan bisnis *online* yang lebih besar dan efisien. Maraknya *online shop* mengakibatkan penurunan pelanggan yang berbelanja sehingga berdampak terhadap jual beli mereka. Biaya operasional yang berbeda termasuk biaya pengiriman dan iklan *online* membuat pedagang *pasa ateh* harus menghitung kembali anggaran mereka untuk mengatasi perubahan ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk

melakukan penelitian ini dan ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi pedagang *pasa ateh* dalam meningkatkan penjualan di tengah maraknya *online shop* sekaligus menganalisa kendala yang dihadapi oleh pedagang *pasa ateh* dan melihat lebih jauh bagaimana mereka menjaga bisnis dan membuat strategi agar tetap bertahan di tengah maraknya *online shop*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kendala yang dihadapi pedagang *pasa ateh* di tengah maraknya *online shop*??
2. Bagaimana strategi pedagang *pasa ateh* dalam meningkatkan penjualan ditengah maraknya *online shop*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang telah penyusun tuliskan dibagian latar belakang dan rumusan masalah. Maka penyusun menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian yaitu;

1. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pedagang *pasa ateh* di tengah maraknya *online shop*?
2. Untuk mengetahui strategi pedagang *pasa ateh* dalam meningkatkan penjualan di tengah maraknya *online shop*?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan pendidikan ilmu pengetahuan. Hasilnya dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk penelitian selanjutnya, serta memberikan informasi bagi para pembaca tentang “Strategi Pedagang *Pasa Ateh* Dalam Meningkatkan Penjualan Mereka Di tengah Maraknya *Online Shop*”

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini membantu pedagang *pasa ateh* untuk memahami bagaimana kendala yang dihadapi pedagang di tengah maraknya *online shop* terhadap model dagangan mereka, termasuk perubahan perilaku konsumen, dan peluang baru. Ini dapat membantu mereka agar menimbulkan pemikiran baru untuk strategi dan cara berdagang di *pasa ateh* Bukittinggi di tengah maraknya *online shop*.