

MEKANISME SURVIVAL PEDAGANG KLONTONG DI KECAMATAN SIDAYU

M. Zum Zum Auladi

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
zumzumauladi@yahoo.co.id

Arief Sudrajat

Program Studi SI Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
Arief55281@yahoo.co.au

ABSTRAK

Dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, masyarakat tidak bisa lepas dari ketergantungan akan pasar. Pasar merupakan tempat berlangsungnya transaksi barang antara pembeli dan penjual. Pasar terdiri dari dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat konsumen melakukan tawar-menawar lebih mudah dibandingkan dengan pasar modern yang harga produknya tidak dapat ditawar. Pasar tradisional yang semakin kalah saing oleh pasar modern dari segi fasilitas pada akhirnya berdampak pada pengurangan jumlah pengunjung pasar tradisional. Dengan adanya pasar swalayan tersebut, pedagang tradisional merasa semakin terpuruk karena penghasilannya semakin berkurang akibat pasar swalayan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami strategi adaptif atau mekanisme survival yang dilakukan seorang pedagang klontong (tradisional) yang ada dipasar tradisional Sidayu ditengah maraknya pasar swalayan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz. Sementara itu teori yang digunakan adalah teori strategi adaptif dari Miles dan Snowserta mekanisme survival dari Clark yang didefinisikan sebagai strategi kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya maupun untuk memperbaiki kondisi ekonominya. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis ini dimulai dari menelaah data yang diperoleh dari beberapa sumber yang telah terkumpul, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang tradisional telah melakukan beberapa strategi untuk bisa tetap bertahan dari adanya pasar swalayan yang maju.

Kata kunci: strategi adaptif, pasar tradisional, pasar modern, pedagang.

ABSTRACT

In fulfillment of their daily needs, the community can take off from reliance will not market. It is the place of the market transaction between buyer and seller of goods. Market consisting of two categories which are traditional markets and modern market. Traditional is a place of purchase market where consumers can still do bargaining. While modern markets where consumers can buy goods that are desirable but in this place could no longer do a bargain as traditional markets because the price has been pegged. With the existence of the supermarkets, traditional traders feel more down because off their incomes decrease due to supermarkets. So that traders have to do some way to keep the market can survive there. This research aim to know and understand the strategy of adaptive or a survival mechanism by which traders selling (traditional) traditional markets Sidayu in the middle there supermarkets. This research using methods using qualitative approach phenomenology of Alfred Schutz while in theory the adaptive strategy is theory of Miles and Snow, and the survival of Clark to define as the ability to implement a set of measures to overcome the problems surrounding as well as to improve the condition of their economy. Technical data uses the technique of the participant, and interviews deep observation is a data and conducting the research to an object. Analysis based on research using a technique descriptive analysis. Engineering analysis is beginning to analyse data obtained from some of which has been collected, scientists get preliminary data from the informant, it is the raw are strategies to can stay afloat from the fact that department stores are progressing.

Keywords : adaptive strategy, traditional markets, modern markets, traders.

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia begitu beragam. Kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Sehingga harus untuk mencari tempat yang bisa menyediakan kebutuhan tersebut. Dimulai dengan tempat bertransaksi secara langsung, atau menggunakan media elektronik. Untuk memenuhi kebutuhan populasi lebih dari 200 juta penduduk, retail industry dihadiri oleh berbagai macam jenis toko atau pasar. Dahulu kala, masyarakat Indonesia memulai bertransaksi dengan melakukan barter antara masyarakat, hal ini dilakukan pada pasar tradisional.

Pasar merupakan tempat berlangsungnya transaksi barang antara pembeli dan penjual. Pasar terdiri dari dua tipe, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat berjual beli dimana konsumen masih bisa melakukan tawar menawar, salah satu contoh dari pasar tradisional yang sering terlihat dipinggir jalan atau di pemukiman penduduk yang biasa disebut pedagang kelontong. Sedangkan pasar modern tempat dimana konsumen dapat membeli barang-barang yang diinginkan tapi ditempat ini tidak dapat lagi melakukan tawar-menawar seperti pasar tradisional karena harganya sudah terpatok. Salah satu contoh dari pasar modern ini adalah minimarket seperti alfamart, alfamidi, indomart dan sebagainya.

Pasar memiliki tiga fungsi, yaitu fungsi distribusi, fungsi pembentukan harga, dan fungsi promosi. Sehingga dalam ilmu ekonomi bila berbicara tentang pasar, maka secara otomatis akan membicarakan mengenai pertemuan antara penjual dan pembeli, barang/jasa yang dijual, serta harga tertentu atas barang/jasa yang dijual tersebut. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Oleh sebagai itu bagian ini juga membahas tentang pembeli dan pedagang. Selain itu aspek yang tidak kalah menariknya untuk didiskusikan adalah aspek ruang dan waktu dari pasar serta aspek tawar menawar yang terjadi di pasar.

Perbedaan pasar modern dan pasar tradisional, memang pasar modern maupun pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Namun kedua pasar tersebut memiliki perbedaan. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari mutu pelayanannya serta pendistribusiannya. Jika pasar modern mengutamakan pelayanan yang menyenangkan, bangunannya baik, tempatnya

nyaman segala kebutuhan pembeli diperhatikan, mulai dari parkir dan sarana lain, namun pembeli tidak perlu berinteraksi dengan penjual, sehingga komunikasi sosial tidak terjadi.

Dari segi pendistribusiannya, pasar modern tidak langsung dalam arti produsen dan konsumen tidak saling mengenal. Sedangkan yang melayani sekedar sebagai penjaga yang tidak mempunyai akses menentukan harga, sedangkan konsumen tidak membutuhkan kontak langsung dengan penjual, sehingga tidak terjadi kontak sosial antara pembeli dan penjual apalagi dengan produsen. Didalam pasar tradisional sebagian besar sebagai pasar eceran (retail), dimana pembeli mencari barang sesuai kebutuhan sendiri. Sedangkan pasar modern diidentikkan sebagai pasar grosir, pembeli membeli barang dalam partai besar karena akan dijual lagi. Namun kenyataan berubah. Saat ini telah banyak yang dirancang sebagai pasar grosir, juga berdagang layaknya pasar eceran (retail), Nampaknya perdagangan eceran dan grosir sudah sulit dipisahkan, sehingga segmentasi pembeli pada pasar tradisional dan pasar modern sudah bercampur baur, tidak lagi pasar modern diidentikkan dengan pembeli golongan menengah ke atas, sedangkan pasar tradisional golongan menengah ke bawah, sebelum adanya pasar modern, pasar tradisional merupakan urat nadi perekonomian rakyat, baik yang ada di kota maupun di pedesaan. Memang pasar tradisional terkesan penuh dengan kesemrawutan, mulai tata letak, sirkulasi pengunjung, bentuk dasaran barang sampai pada drainase dan lalu lintas diluar pasar maupun di dalam pasar, namun disitulah tertumpu ekonomi rakyat banyak, selain pedagang, juga kuli angkut, tukang parkir, ojek pedagang makanan yang berkeliling dsb.

Keberadaan pasar tradisional, terutama di daerah pedesaan, masih menyimpan gambaran khas kearifan lokalnya. Pasar tradisional dapat menyuguhkan suasana lalu lalang pengunjung mencari barang yang lebih murah harganya dibanding dengan pedagang yang lain, pembeli pun dapat duduk membaaur diantara pedagang tanpa ada pembatas, sehingga semua dapat serba hidup, saling memberi dan menerima sejajar pada posisi yang sama derajat. Proses jual beli terjadi secara interaktif, harga bukan hal yang pasti, keuntungan bukan menjadi tujuan utama, tetapi kebersamaan menyertainya. Komunikasi dan interaksi sosial terjalin dengan sendirinya, suasana keakraban antara penjual dan pembeli terwujud. Bahkan tata

kota juga berubah drastis sehingga menimbulkan konflik memperebutkan tata ruang kota antara kepentingan bisnis dan sosial, yang biasanya dimenangkan kepentingan bisnis walaupun yang menarik keuntungan lebih kecil dibanding dengan kepentingan sosial. Yang lebih memprihatinkan lagi, apabila memunculkan konotasi negatif terhadap keberadaan pasar tradisional. Dengan bermunculannya pasar modern tadi, sebenarnya dapat dilihat kemauan dan perilaku masyarakat yang ada pada saat ini, kenyamanan, keamanan, keteraturan serta interaksi sosial masih merupakan dambaan segenap masyarakat.

Harus diakui kondisi pasar tradisional terdesak oleh keberadaan pasar modern, pihak berwenang khususnya pemerintah baik pusat maupun daerah yang semestinya memberikan proteksi agar invasi pasar modern tidak terus meluas seakan tak berdaya dengan aliran keuntungan yang ditawarkan. Hierarki Pasar modern dari kelas Hypermarket, Supermarket, Department store hingga Mini market semakin mengepung keberadaan pasar tradisional. Bahkan, Indomaret dan Alfamart yang mengembangkan format *convient store head to head* bertarung dengan warung-warung tradisional disekitar pemukiman penduduk. Meski telah banyak pasar tradisional yang direnovasi untuk menghilangkan kesan kumuh dan kotor, namun tetap saja posisi pasar tradisional tetap tersudutkan oleh pertumbuhan pesat pasar modern. Dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, masyarakat tidak bisa lepas dari ketergantungan akan pasar. Dalam memilih pasar yang akan kita jadikan rujukan, maka ada dua jenis pasar yang masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangan. Dua pasar tersebut adalah pasar tradisional dan pasar swalayan (modern). Namun dalam keberadaan dua pasar ini muncul sebuah polemik dimana munculnya pasar modern baru-baru ini akan mengancam eksistensi pasar tradisional.

Permasalahan pedagang tradisional dan pasar swalayan perlu untuk diteliti karena hal ini terkait dengan masyarakat kota yang memiliki ketergantungan besar terhadap dua pedagang tersebut dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, peneliti ingin mengetahui signifikansi kehadiran pasar swalayan terhadap pedagang tradisional. Sehingga dengan ini peneliti dapat mengetahui keadaan para pedagang tradisional saat ini. Untuk obyek penelitian ini, peneliti memilih salah satu kota besar di Indonesia yang dikenal

memiliki sejumlah kios pedagang tradisional/ kelontong yang berlokasi dekat dengan pasar modern/ swalayan. Kota tersebut adalah kota Gresik yang dikenal sebagai kota industry dengan hiruk-pikuk kesibukan perdagangan setiap harinya. Perihal perbedaan dengan penelitian sebelumnya, peneliti lebih menitikberatkan kepada kiat usaha atau strategi adaptif dan mekanisme survival pedagang tradisional di tengah menjamurnya pasar swalayan saat ini. Sedangkan penelitian sebelumnya lebih memfokuskan kepada implikasi atau dampak dari keberadaan pasar swalayan (Hypermarket) terhadap pedagang pasar tradisional.

Dari permasalahan diatas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi adaptif dan mekanisme survival yang dilakukan seorang pedagang klontong (tradisional) pasar Sidayu ditengah maraknya pasar swalayan. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami strategi adaptif dan mekanisme survival yang dilakukan seorang pedagang klontong (tradisional) yang ada dipasar Sidayu ditengah maraknya pasar swalayan, selain itu juga untuk mengetahui lebih mendalam tentang keadaan toko klontong (tradisional) pasca maraknya pasar swalayan.

Secara umum mekanisme survival dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Mekanisme survival yang dikemukakan oleh Clark (Bagong Suyanto: 1995, 34-37) dalam upaya seorang wanita untuk memperbaiki kondisi perekonomiannya berhubungan dengan strategi-strategi yang dilakukannya yaitu: *strategi pertama* berupa pertukaran timbal- balik berupa uang, barang dan jasa untuk mempertemukan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan mendadak. Jaringan sosial ini meliputi kerabat dekat, kerabat dekat, tetangga, kerabat luas dan rekan kerja (informal social support networks); *strategi kedua* yaitu bagi wanita yang sudah berkeluarga mengubah komposisi rumah tangganya dengan mentipkan anak kepada neneknya didesa sehingga dengan cara ini mereka dapat mengurangi biaya hidup di perkotaan. (flexible household composition); *strategi ketiga* yaitu dengan menganekaragamkan sumber usaha, misalnya menyewakan sebagian kamar rumah yang dimiliki dan bekerja disektor informal atau bekerja berupah lainnya. Bekerja disektor informal seperti pembantu rumah tangga, pelayan toko, menjual makanan dan sebagainya. Strategi ketiga dilakukan

karena keterbatasan waktu, keterampilan, modal serta informasi yang diperoleh (multiple source of income) strategi keempat adalah menggunakan tanah yang tidak sah untuk perumahan).

Berbagai upaya kelompok miskin untuk mempertahankan hidupnya diantaranya mengikat sabuk lebih kencang dengan jalan makan sehari sekali, dan beralih ke makanan yang mutunya lebih rendah. Akan tetapi, sabuk tersebut tidak akan cukup kencang sehingga jika krisisnya berlarut-larut maka dengan siasat itu tidak akan bertahan lama. Cara lain yang digunakan yaitu masyarakat miskin akan mencari pekerjaan sampingan sebagai kegiatan kecil-kecilan yang merupakan bagian yang lazim. Dan tak terpisahkan dari substansi lingkungan yang dapat berfungsi sebagai peredam kejutan selama krisis-krisis ekonomi dalam kehidupan keluarga miskin. (Scoot, James C. 1981.39-41)

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif bertujuan untuk dapat mengungkap atau memperoleh informasi dari data penelitian secara menyeluruh, luas dan mendalam (Sugiyono, 2008:35). Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang dapat diamati dan dalam situasi lapangan yang bersifat wajar sebagaimana adanya tanpa manipulasi. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini lebih berbentuk kata atau gambar dari pada angka-angka (Moleong, 2002:53). Dengan menggunakan metode kualitatif ini penelitian bermaksud untuk bisa memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku persepsi, motivasi, tindakan, dll.

Pendekatan dalam metode ini digunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz yakni, pendekatan yang dilakukan dengan melihat fenomena yang terjadi disekitar atau realitas sosial yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan isu-isu permasalahan yang bersifat mikro kemudian menjadi suatu permasalahan yang bersifat makro. Dalam penelitian kualitatif sifat realitasnya yakni tidak hanya yang tampak, tetapi sampai dibalik yang tampak tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memberikan gambaran bagaimana kiat dan usaha para pedagang tradisional yang ada dipasar Sidayu ditengah maraknya pasar swalayan saat ini. Peneliti

juga mendeskripsikan strategi-strategi adaptif para pedagang tradisional dalam upaya bertahan hidup.

Lokasi dalam penelitian ini berada di Kelurahan Mriyunan, kecamatan Sidayu. Tepatnya memilih beberapa penjual toko kelontong yang homogen untuk dijadikan informan yang ada di dalam pasar tradisional yang lokasinya berdekatan dengan pasar swalayan. Alasan pemilihan lokasi tersebut sebagai objek penelitian karena lokasi yang mudah dijangkau, efisiensi waktu dan mudahnya untuk melakukan pengamatan langsung. Selain itu, lokasi pasar swalayan dan pasar modern yang jaraknya tidak terlalu jauh, sehingga sangat jelas adanya persaingan secara kasat mata.

Subyek penelitian dalam ini adalah pedagang kelontong yang berjualan di Kelurahan Mriyunan kecamatan Sidayu. Alasan pemilihan pedagang kelontong ini karena kondisi lingkungan disekitar yang tidak begitu menguntungkan bagi keberadaan pelaku pedagang kelontong yang dapat bertahan dalam kondisi ini. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik observasi. Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan kepada suatu objek penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis ini dimulai dari menelaah data yang diperoleh dari beberapa sumber yang telah terkumpul, Peneliti memperoleh data awal dari informan, merupakan data mentah yang susunanya masih tidak sistematis, dan tidak terstruktur dengan jelas. Hal ini berguna sebagai proses pembagian dan pemisahan hasil wawancara, atau dalam fenomenologi lebih dikenal dengan sebutan coding dan kategori data, dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari beberapa sumber, yaitu wawancara, dan pengamatan yang sudah dituliskan kedalam catatan-catatan kecil.

Analisis data ini dilakukan dengan *Data reduction* (reduksi data), Hal ini dilakukan untuk mencari fokus data yang telah diperoleh dari lapangan. *Data display* (penyajian data), setelah dilakukannya reduksi data maka selanjutnya adalah melakukan *display data*, dalam penelitian kualitatif penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. *Conclusion drawing/verification*, tahapan ini merupakan tahapan untuk menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang

mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

PEMBAHASAN

Pasar tradisional bukanlah satu-satunya tempat untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sekitar. Terdapat pasar modern atau swalayan di wilayah Gresik ini seperti Alfamart, Indomart. Masyarakat tidak lagi mendapatkan barang kebutuhannya di pasar tradisional, karena swalayan seperti Alfamart, Indomart memberikan jam pelayanan yang lebih panjang dibandingkan dengan pasar tradisional yang beroperasi dari pagi hingga sore saja.

Dalam hal ini semua pasar tradisional ataupun yang sejenis seperti toko Kelontong. Akan tetapi pada perkembangannya pasar tradisional lama kelamaan semakin kehilangan popularitas dan eksistensinya meskipun dalam pemenuhan kebutuhannya sehari-hari bahwasanya masyarakat perkotaan cenderung membeli kebutuhannya dari pada membeli sendiri. Keberadaan kegiatan perdagangan skala besar seperti pasar modern adalah salah satu penyebabnya. Pasar modern seperti Alfamart, Indomart sudah menjadi bagian yang tak terlepas dalam kehidupan masyarakat perkotaan.

Konsep strategi adaptif "*adaptive strategies*" yang dikembangkan oleh Miles dan Snow. Strategi adaptif dikembangkan berbasis situasi yang dihadapi oleh perusahaan dalam suatu persaingan bisnis. Dalam model strategi adaptif terdapat empat jenis strategi, yaitu:

Prospector strategy

Yaitu meliputi berani mengambil resiko, mencari peluang, melakukan inovasi dan pertumbuhan. Strategi ini cocok untuk kondisi lingkungan bisnis yang dinamis. Hal inilah yang sering digunakan para pemilik stand dan pedagang, ada orientasi kedepan yang baik dan prospek yang cerah dengan harga sewa murah, serta pasar yang baru berdiri. Tetapi semua hal ini tidak menjamin kondisi di lingkungan bisnis yang dinamis karena pasar juga baru berdiri dan belum banyak bukti kesuksesan pedagang dipasar ini. Sedangkan, ada yang lebih berani mengambil resiko karena produk disuatu tempat begitu diminati dan sukses, pelaku bisnis ini mencoba meniru menjual produk yang sama tetapi berlokasi berbeda yang belum ada penjual produk

tersebut dan sekiranya diminati juga. Dalam menghadapi persaingan sesama jenis produk, mereka menggunakan cara seperti inovasi, kreatifitas produk dan lain sebagainya untuk memenangkan persaingan pasar.

Seperti pedagang menjalankan strategi adaptifnya dengan penataan barang yang rapi, kebersihan toko, serta menjaga kualitas barang. Hal tersebut pedagang ciptakan agar pembeli merasa nyaman dan mau kembali membeli ke tokonya.

Defender strategy

Yaitu menghindari perubahan, mengutamakan stabilitas, dan mempertimbangkan pengurangan ukuran bisnis. Strategi ini cocok untuk lingkungan bisnis yang stabil dan industri yang sedang mengalami penurunan. Bagi sebagian pedagang di pasar Sidayu ini, banyak yang masih bertahan walau telah merasakan ada perubahan dalam beberapa tahun ini. Melihat kondisi kpasar Sidayu yang sudah cukup lama. Akan tetapi, sekarang dirasa sepi pengunjung. Itu mengindikasikan bahwa sedang mengalami penurunan di lingkungan bisnis. Salah satu strategi yang digunakan untuk menyiasati ini adalah dengan mengurangi jumlah produk yang dijual "*sedikit yang penting habis dulu*" dari pada sudah mempersiapkan produk untuk dijual ternyata yang laku dibeli tidak ada setengahnya. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan dalam bisnis. Selain itu, jika harga terpaksa naik, dengan menaikkan harga akan beresiko mengurangi jumlah pembeli, mereka tidak harus menaikkan harga namun cukup mengurangi keuntungan yang didapat dari pedagang, meskipun keuntungan berkurang dan pendapatan berkurang, yang penting bisa tetap laku banyak.

Hal ini dirasa cukup efektif karena dalam membeli produk yang dijual di stand atau toko klontong harganya masih tetap, jika dibandingkan dengan tempat yang lain. Sehingga pembeli akan merasa lebih baik membeli di toko itu lagi.

Salah satu pedagang yang menggunakan strategi ini dengan mempertahankan pelanggannya dengan cara menjaga kualitas barang dagangan, lebih ramah lagi dengan pelanggan, serta menstabilkan harga. Sehingga pelanggan merasa nyaman dalam berbelanja, tidak merasa dirugikan oleh harga toko. Selain itu, pedagang juga bekerja sama dengan pedagang kelontong lainnya dalam menjaga pelanggan, seperti membentuk sebuah relasi antar pedagang satu dengan pedagang yang lainnya.

Reactor strategy

Yaitu merespon lingkungan tanpa memiliki rancangan strategi yang bersifat jangka panjang. Perusahaan hanya bersifat reaktif dan berorientasi jangka pendek. Hal ini hanya bersifat reaktif dan berorientasi jangka pendek, juga banyak dilakukan oleh para pedagang seperti slogan "*pembeli adalah raja*", pembeli adalah raja bagi para pedagang. Dalam hal ini, perkembangan selera lebih diperhatikan dan harus terus diikuti dari pada inovasi dan kreativitas produk.

Seperti salah satu pedagang di pasar Sidayu, saat permintaan pasar sedang tinggi terhadap cabai, maka pedagang toko klontong tersebut lebih menfokuskan dagangannya terhadap cabai dari pada barang dagangan yang lainnya.

Dengan ini diharapkan dapat menarik pelanggan yang pada saat itu permintaan terhadap cabai sedang tinggi-tingginya. Para pedagang ini juga harus menyesuaikan produknya dengan apa yang paling diminati pasar waktu itu. Tentu saja hal seperti ini tidak akan berlangsung lama, tetapi cara inilah yang menurut informan paling efektif digunakan.

Analyzer strategy

Yaitu mempertahankan stabilitas sambil melakukan inovasi yang bersifat terbatas. Strategi ini terletak diantara strategi prospektor dan strategi reaktor. Strategi ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang bukan menjadi pemimpin pasar. Dalam strategi ini, perusahaan akan mengikuti leader, namun juga melakukan inovasi yang tidak intensif sambil menunggu perkembangan industri. Contohnya pedagang tersebut melakukan beberapa inovasi dengan menjadi *semi agen* di pasar Sidayu. Maksud dari *semi agen* disini yaitu menjual barang dengan cara grosir atau lebih besar dengan menjual barang ke warung-warung yang lebih kecil, jadi tidak menjual secara eceran lagi. Hal ini bermaksud untuk bisa mendapatkan keuntungan yang lebih dari biasanya serta barang cepat laku.

Keberadaan pasar modern dan tradisional memberikan masyarakat dua pilihan tempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Ditunjang dengan infrastruktur yang lengkap dan semakin canggih membuat pasar modern semakin menarik hati dan perlahan masyarakat meninggalkan pasar tradisional. Pasar modern menciptakan citra diri yang bergengsi, bangunan yang megah, pelayanan yang ramah. Dan juga

memberikan kemudahan dan keterbukaan pasar modern bagi setiap orang membuat pasar tradisional semakin terlupakan. Orang tidak lagi hanya memikirkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tetapi juga mendapatkan prestis dan membentuk citra diri yang di idealkan dengan cara mengunjungi pasar-pasar modern.

Masyarakat sekitar memang masih mengunjungi pasar tradisional, namun menurut pedagang di pasar tersebut jumlahnya semakin menurun bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hanya segelintir orang yang bertahan dan setia mengunjungi pasar tradisional, selebihnya memilih untuk membelanjakan uangnya dipusat perbelanjaan modern. Pedagang di pasar tradisional mempersepsi keberadaan pasar-pasar modern disekitar wilayah usahanya. Keadaan ini merupakan sebuah proses yang mempengaruhi arus informasi, selanjutnya melahirkan sesuatu bentuk yang holistik, yang lahir dari empirisme dan rasionalisme. Proses selanjutnya diwujudkan dalam tindakan dan perilaku, salah satunya yaitu proses penyesuaian diri.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis data di bab sebelumnya dapat dipahami bahwa strategi adaptif yang dilakukan para pedagang kelontong yang berada di kawasan pasar Sidayu, Gresik yaitu dengan menjalin hubungan secara kekeluargaan yaitu dengan pemberian parcel menjelang lebaran kepada setiap pelanggan, menyamakan harga barang antar satu pedagang dengan pedagang lain, lebih memperhatikan kualitas barang, memberikan kompensasi hutang kepada pelanggan. Selain itu pedagang kelontong yang berjualan di kawasan ini juga melakukan strategi dengan mendayagunakan anggota keluarga sebagai penambahan pendapatan yang juga merupakan strategi bertahan hidup para pedagang kelontong. Hal yang membedakan antara subyek yang satu dengan subyek yang lain adalah terlihat pada berapa jumlah pendapatan setiap keluarga yang didapat setiap bulannya, siapa saja yang ikut serta dalam pengelolaan toko klontong dan strategi yang digunakan dalam mengatur toko.

Pedagang klontong yang berjualan dipasar Sidayu, Gresik lebih memilih untuk tetap berjualan dipasar tersebut dari pada berpindah berjualan kelokasi lainnya karena mereka tidak memiliki cukup modal jika harus berpindah tempat karena dilokasi yang baru tentunya membutuhkan modal

yang tidak kecil dan menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari lokasi sebelumnya. Adanya pasar swalayan disekitar pasar tradisional Sidayu menyebabkan kondisi pasar swalayan semakin sepi dan tidak lagi seramai dulu. Berbagai alasan diemukakan oleh subjek penelitian yang berjualan dipasar tersebut, diantaranya mereka tetap bertahan dipasar tersebut karena mereka tidak memiliki modal yang cukup atau bahkan ditakutkan mengalami kerugian jika berpindah kelokasi yang baru, selain itu beberapa dari mereka antara rumah dengan toko jadi satu (ruko), sehingga mereka lebih memilih untuk tetap berjualan dipasar tersebut walaupun dengan kondisi yang tidak lagi seramai dulu sebelum adanya pasar swalayan.

Persaingan antar pedagang klontong yang berjualan di pasar Sidayu, Gresik terlihat sangat jelas antar pedagang satu dengan yang lainnya. Meskipun demikian, mereka tidak memandang hal tersebut ssebagai persaingan karena hubungan yang tercipta diantara sesama pedagang klontong terjalin dengan baik, dan jika ada salah satu dari mereka mengalami kesusahan, maka mereka akan saling menolong. Adapun persaingan tersebut terlihat pada usaha mereka dalam memotivasi diri mereka sendiri untuk bertahan berjualan dipasar tersebut. Berbagai cara mereka lakukan agar toko mereka tidak sepi dari pembeli, tentunya dengan sikap yang ramah kepada pembeli yang datang, meningkatkan kualitas barang yang mereka jual, memberikan hadiah parsel kepada pelanggan, dan memberikan kompensasi hutang pada pelanggan. Hal tersebut merupakan strategi adaptif yang dilakukan agar mereka tetap dapat bertahan hidup ditengah-tengah maraknya pasar swalayan di kecamatan Sidayu.

Saran

Berdasarkan gambaran diatas sebaiknya Pemerintah daerah meminimalisir keberadaan pasar swalayan dengan membatasi perizinan pembangunan swalayan, karena salah satu penyebab semakin menurunnya pasar tradisional adalah maraknya pasar modern khususnya swalayan di sekitar kawasan pasar tradisional. Bagi pedagang klontong, sebaiknya memiliki strategi-strategi khusus untuk mempertahankan eksistensi pasar klontong agar pasar tradisional seperti pedagang-pedagang kecil seperti pedagang kelontong tidak hilang begitu saja. Pemerintah hendaknya memikirkan nasib para pedagang di pasar tradisonal dan memberikan kebijakan yang yang sebaik mungkin agar nasib para pedagang di

pasar tradisional tetap bertahan meskipun semakin menjamurnya pasar swalayan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Anas. Dkk. 2011. *Menulis Ilmiah: Buku Ajar MPK Bahasa Indonesia*. Surabaya: Unesa University Press.
- Meleong, Lexy J. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 53
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 35
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hlm 46
- Stoner, Alfred W. 1984. *Teori Ekonomi Mikro I*. Jakarta: The English Language Book Society (ELBS) dan Longman group Limited.
- <http://dansite.wordpress.com/2009/03/24/definisi-pasar-market/>
- ToumCampbell.1994.*TeoriSosial*.Yogyakarta:Kani siu
- Matthew B.Miles dan A.Micael Huberman.2000. Analisis Data Kualitatif.Jakarta:UI-Pres



UNESA

Universitas Negeri Surabaya