

## STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG PAKAIAN KONVENSIONAL DALAM MEMPERTAHANKAN KELANGSUNGAN USAHA DI PASAR TRADISIONAL TEGAL BESAR KABUPATEN JEMBER

Nadila Farajane Alisya<sup>1</sup>, Pudjo Suharso<sup>2</sup>, Lisana Oktavisanti Mardiyana<sup>3</sup>  
[nadilafarajanealisya@gmail.com](mailto:nadilafarajanealisya@gmail.com), [harsodit@yahoo.com](mailto:harsodit@yahoo.com), [lisana.fkip@unej.ac.id](mailto:lisana.fkip@unej.ac.id)  
Universitas Jember, Jember, Indonesia

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi adaptasi pedagang pakaian konvensional dalam mempertahankan kelangsungan usaha di pasar tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang digunakan dari penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi dan dokumen. Metode yang digunakan dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pedagang pakaian konvensional memiliki kapasitas adaptatif yaitu aset berupa tabungan, fleksibilitas, organisasi sosial dalam bentuk kerja sama, pembelajaran, dan agensi atau pilihan pedagang dalam menanggapi perubahan. Dalam beradaptasi pedagang pakaian konvensional melakukan tiga bentuk strategi. Strategi adaptasi tersebut yaitu adaptasi perilaku, adaptasi siasat, dan adaptasi proses. Strategi adaptasi yang dilakukan antara lain yaitu berperilaku jujur terhadap harga, berperilaku sopan santun, mengedepankan kualitas barang, memberikan potongan harga, membuka lapak lebih pagi, menjual baju yang sedang trend, serta menjalin hubungan baik dengan pembeli maupun pelanggan. Dengan strategi adaptasi yang dilakukan tersebut, pedagang pakaian konvensional dapat mempertahankan usahanya. Sedangkan kelangsungan usaha pedagang pakaian konvensional meliputi: kelangsungan modal, kelangsungan pemasaran, dan kelangsungan produk atau barang yang dijual.

**Kata Kunci:** Strategi Adaptasi, Kelangsungan Usaha, Pasar Tradisional

### PENDAHULUAN

Kekuatan aktivitas ekonomi di dalam lingkup masyarakat Jawa berpusat di pasar tradisional. Pasar tradisional bukan hanya sekedar tempat jual beli semata, namun pasar terkait konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya masyarakat. Keberadaan pasar tradisional atau disebut pasar rakyat akan memberi kontribusi yang besar untuk peningkatan kesempatan bekerja, pertumbuhan ekonomi, pendapatan masyarakat, serta penurunan tingkat kemiskinan. Oleh karena itu keberadaan pasar tradisional penting sebagai pondasi perekonomian di daerah. Sebagaimana (Istifhama, 2017) mengatakan bahwa strategi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di suatu negara berkembang tentu dapat terwujud dari banyak hal, dan salah satunya yaitu bagaimana penguatan pada sektor ekonomi riil yang di dalamnya adalah dengan adanya keberadaan pasar tradisional yang dijadikan sebagai wadah untuk masyarakat kecil, namun pada saat ini masyarakat semakin disediakan dengan berbagai macam perbelanjaan modern yang lebih menyajikan kenyamanan serta tawaran diskon. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap perilaku berbelanja masyarakat.

Menurut (DataIndonesia.Id, 2022) perilaku berbelanja masyarakat Indonesia mulai berubah, hal ini terutama pada saat pandemi Covid-19, sehingga saat ini masyarakat banyak yang memilih untuk berbelanja secara daring daripada datang secara langsung ke pasar. Berbelanja secara daring

kini telah menjadi gaya hidup orang di Indonesia. Berdasarkan survei Jakpat (aplikasi online survey) mengenai preferensi belanja masyarakat Indonesia, bahwa selama pandemi masyarakat Indonesia lebih memilih belanja daring daripada konvensional. Terdapat 75% masyarakat yang memilih belanja online per semester I/2021. Sementara masyarakat yang berbelanja konvensional hanya 25%. Selain faktor pandemi, belanja online atau daring dirasa lebih memudahkan. Bahkan menurut hasil survei IPSOS bahwa Indonesia menjadi negara dengan persepsi bahwa belanja secara daring lebih mudah daripada konvensional. Selain itu berdasarkan hasil survei Sirclo bersama Katadata Insight Center (KIC) bahwa kategori fesyen paling banyak dicari pada 2021.

Menjual secara online lebih mudah dikarenakan bisa menawarkan produk yang dijual tanpa batas, penjual leluasa menawarkan barang yang tidak terbatas, oleh karena itu banyak pelaku usaha dari yang kecil hingga dengan yang besar beralih menggunakan sistem penjualan secara online (Triana, 2019). Tetapi pada kenyataannya, kemudahan yang diberikan tidak menjamin para pedagang untuk beralih ke penjualan secara online, seperti yang dialami oleh pedagang pakaian di pasar Tegal Besar, Kabupaten Jember. Dimana para pedagang tetap bertahan dengan menggunakan penjualan secara konvensional tanpa menambah pendapatan dengan berjualan secara online. Masyarakat yang beralih belanja secara online daripada konvensional pada saat pandemi Covid-19 menyebabkan turunnya pendapatan yang diperoleh pedagang pakaian di pasar Tegal Besar. Adanya penurunan pendapatan dan berkurangnya jumlah pembeli yang dialami oleh para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar pada akhirnya berimbas terhadap kelangsungan usahanya.

Alasan para pedagang tidak menggunakan penjualan online adalah karena faktor usia yang menyebabkan mereka kurang mampu memahami penjualan online, selain itu berdagang secara konvensional sudah tertanam di dalam diri sehingga mereka merasa sudah terbiasa dan lebih nyaman berdagang secara konvensional. Para pedagang pakaian di Pasar Tegal Besar lebih memilih mempertahankan usahanya karena pekerjaan ini adalah pekerjaan yang sudah lama mereka tekuni, ditambah kemampuan dan pengalaman mereka berdagang sudah tertanam di dalam diri. Meskipun mereka menyadari bahwa perkembangan pasar online dan perkembangan masyarakat akan semakin modern yang berakibat kepada daya beli masyarakat yang lemah dan omset penjualan yang semakin hari semakin menurun.

Menurut (Abdoellah, 2020) bahwa dalam konteks secara alamiah, suatu lingkungan akan selalu berubah, dan perubahan ini dapat terjadi secara perlahan secara tidak sadar atau bahkan terjadi secara tiba-tiba, dan perubahan yang besar lebih cepat terlihat. Perubahan kondisi yang dialami oleh para pedagang pakaian di pasar menyebabkan mereka harus memiliki kapasitas untuk beradaptasi. (Cinner, *et al.*, 2018) menyatakan bahwa kapasitas adaptif mengacu pada kondisi yang memungkinkan orang mengantisipasi perubahan, meminimalkan konsekuensi, memulihkan, dan memanfaatkan peluang baru. Kapasitas adaptif memungkinkan sekelompok orang untuk mengatasi ketidakpastian serta mendukung pengembangan dan solusi inovatif dalam meminimalkan risiko yang merupakan akibat dari perubahan yang terjadi di lingkungan sekitarnya, sehingga kapasitas adaptif mempengaruhi bagaimana ketahanan serta memungkinkan suatu sistem agar kembali kepada keadaan normal (Mukhlis & Sunito, 2022). Sebagaimana yang dilakukan oleh pedagang pakaian bahwa dalam memulihkan kondisi usahanya mereka melakukan adaptasi.

Para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar melakukan penyesuaian diri untuk mempertahankan kelangsungan usahanya, dimana tujuannya adalah untuk memperoleh pendapatan. Para pedagang pakaian melakukan berbagai upaya untuk beradaptasi. (Bennett, 1976) mengatakan bahwa adaptasi merupakan upaya untuk menyesuaikan dalam arti ganda, yakni manusia belajar untuk menyesuaikan kehidupan dengan lingkungannya atau sebaliknya manusia belajar supaya lingkungan yang dihadapinya dapat disesuaikan dengan keinginan maupun tujuannya. Beliau membagi adaptasi ke dalam tiga bentuk yaitu: adaptasi perilaku (*adaptive behaviour*), adaptasi siasat (*adaptive strategy*), dan adaptasi proses (*adaptive process*).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2022. Adapun teknik penentuan lokasi penelitian yaitu dengan menggunakan metode *purposive area*, dimana penentuan lokasi secara sengaja telah ditentukan peneliti sesuai maksud dan tujuan penelitian. Peneliti melakukan penelitian di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi adaptasi yang dilakukan oleh pedagang pakaian konvensional dalam mempertahankan kelangsungan usaha di pasar tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informan didalam penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Informan utama adalah pedagang pakaian konvensional di pasar Tegal Besar Kabupaten Jember, sedangkan Informan pendukung adalah Pembantu Bendahara Penerimaan di Pasar Tegal Besar Kabupaten Jember dan pembeli pakaian di Pasar Tegal Besar Kabupaten Jember.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan diketahui bahwa pedagang pakaian di pasar Tegal Besar mengalami perubahan kondisi yaitu pendapatan menurun dan jumlah pembeli berkurang. Pandemi Covid-19 mengakibatkan penjualan online semakin berkembang pesat sehingga berpengaruh terhadap perilaku belanja masyarakat yang beralih di pembelian pakaian secara online. Hal ini berpengaruh terhadap kelangsungan usahanya. Sehingga, pedagang pakaian menyesuaikan dengan kondisi yang ada, dimana mereka melakukan berbagai upaya untuk menghadapi permasalahan demi mempertahankan kelangsungan usahanya. Adapun berikut ini merupakan data pendapatan pedagang pakaian sebelum dan setelah pandemi serta berkembangnya pasar online.

Tabel 1. Data Pendapatan Pedagang Pakaian Konvensional

No	Nama Informan	Pendapatan sebelum Pandemi Covid-19 dan sebelum berkembangnya pasar online	Pendapatan setelah Pandemi Covid-19 dan setelah berkembangnya pasar online
1	Ahmad	Rp 500.000	Rp 200.000
2	Abdul Havid	> Rp 500.000	Rp 500.000
3	Muhammad Bahri	Rp 500.000	Rp 200.000
4	Ashad As'at	Rp 700.000	Rp 300.000
5	Hasan	Rp 500.000	Rp 300.000
6	Farida	Rp 300.000	Rp 100.000
7	Supini	Rp 300.000	Rp 30.000

Berdasarkan tabel 1. diketahui bahwa pandemi dan penjualan online yang semakin berkembang menyebabkan pedagang pakaian di pasar Tegal Besar mengalami penurunan pendapatan, dikarenakan jumlah pembeli berkurang, yang menyebabkan kondisi pasar sepi dikarenakan pembeli beralih ke pembelian secara online. Hal tersebut tentu berpengaruh terhadap kondisi ekonomi para pedagang pakaian yaitu pendapatan menurun dan jumlah pembeli semakin hari semakin berkurang.

Alasan para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar tidak memanfaatkan penjualan online adalah dikarenakan oleh faktor usia, dimana para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar memiliki usia 40-65 tahun yang mengakibatkan mereka kurang dapat memahami penjualan secara online. Selain itu para pedagang merasa telah terbiasa serta merasa lebih nyaman menjadi pedagang konvensional di pasar dikarenakan dapat bertemu dengan pembeli maupun pedagang secara langsung, yang merupakan ciri khas dari pasar tradisional. Sesuai penelitian (Octaviani, Fatgehipon, & Sujarwo, 2020) bahwa faktor penyebab pedagang belum memanfaatkan E-commerce adalah karena faktor usia yang menyebabkan pedagang diatas 45 tahun dapat mudah lelah, serta kurangnya skill terhadap penguasaan IPTEK yang menghambat para pedagang di pasar tradisional.

## A. Kapasitas Adaptif Pedagang Pakaian Konvensional

Menurut (Mukhlis & Sunito, 2022) bahwa kapasitas adaptif memungkinkan sekelompok orang untuk mengatasi ketidakpastian serta mendukung pengembangan solusi inovatif dalam meminimalkan risiko sebagai akibat perubahan yang terjadi. Kapasitas adaptif mempengaruhi ketahanan serta memungkinkan suatu sistem kembali kepada keadaan normal. Pedagang pakaian konvensional di Pasar Tegal Besar menggunakan kapasitas adaptif sebagai upaya untuk mengatasi ketidakpastian sehingga para pedagang dapat meminimalkan risiko akibat perubahan yang terjadi dikarenakan pandemi dan penjualan online.

### 1. Aset Tetap

Kapasitas adaptif yang dimiliki oleh pedagang pakaian konvensional Pasar Tegal Besar selama masa perubahan yang pertama yaitu aset. Aset yang dimiliki berupa tabungan. Tabungan digunakan oleh para pedagang pakaian untuk mengantisipasi terjadinya kondisi ekonomi yang tidak stabil. Hal tersebut dikarenakan pendapatan yang diterima oleh pedagang pakaian tidak menentu, terutama pada kondisi saat ini. Tabungan tersebut diperlukan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan sebagai keperluan usaha, sehingga apabila terjadi kebutuhan yang mendesak mereka dapat memanfaatkan tabungan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Dharmawan dalam (Mukhlis & Sunito, 2022) bahwa mekanisme adaptif ekonomi berupa: diversifikasi sumber pendapatan, memanfaatkan tabungan sebagai simpanan, menjual properti, serta menghubungi lembaga pinjaman sebagai upaya untuk mendapatkan pinjaman uang. Hal tersebut menunjukkan para pedagang pakaian konvensional memanfaatkan tabungan sebagai simpanan merupakan mekanisme adaptif ekonomi.

### 2. Fleksibilitas

Bersikap fleksibel dilakukan oleh pedagang pakaian saat mengalami perubahan. Cara pedagang bersikap fleksibel adalah dengan mengikuti dan menyesuaikan keinginan pembeli pada saat ini. diantaranya dengan memberikan harga sesuai dengan minat pembeli membeli dengan harga murah. Dengan pola pikir fleksibel maka membantu pedagang pakaian konvensional untuk tetap dapat bertahan meski mengalami perubahan berkali-kali sehingga mereka mampu mengatasi keadaan yang tidak terduga. Individu dengan lebih banyak fleksibilitas akan lebih mampu beradaptasi dengan dampak perubahan (Cinner, *et al.*, 2018).

### 3. Organisasi sosial.

Organisasi sosial dalam hal ini adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar. Hubungan sosial antara pedagang pasar Tegal Besar merupakan hubungan yang kuat. Hal ini dapat dilihat dari pola interaksi yang terjadi diantara sesama pedagang saat melakukan aktivitas di dalam pasar ketika mereka saling berbincang dan bercerita. Pola interaksi tersebut mempengaruhi pola interaksi yang terjadi diantara pedagang. Bentuk kerja sama yang dilakukan oleh para pedagang pakaian di Pasar Tegal Besar yaitu apabila terdapat pembeli sedangkan pedagang yang dicari oleh pembeli tersebut sedang tidak berada di lapaknya karena sedang melakukan aktivitas diluar berdagang, maka sesama pedagang memberikan informasi bahwa terdapat pembeli yang ingin membeli pakaian di tempatnya. Apabila barang yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pembeli tidak terdapat di lapaknya maka pedagang tersebut memberikan informasi kepada pembeli dengan memberi tahu bahwa barang yang dibutuhkan terdapat di lapak pedagang yang berada di dekatnya. Bentuk kerja sama yang terakhir yaitu memberikan pinjaman uang kepada pedagang lain apabila diperlukan. Hal tersebut menunjukkan para pedagang pakaian memiliki ikatan hubungan yang kuat.

### 4. Pembelajaran.

Pedagang pakaian mengalami perubahan yang membuat mereka lebih merencanakan dan berhati-hati dengan kondisi yang tidak menentu pada saat ini, dikarenakan apabila terjadi suatu keadaan seperti pandemi yang menyebabkan kondisi sepi, maka para pedagang dapat melakukan rencana-rencana untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa depan. Sehingga dengan adanya perubahan yang terjadi pada saat ini mereka lebih bisa mengontrol pemasukan dan pengeluarannya, dan kelancaran usaha kedepannya, salah satunya

adalah dengan berhemat. Basis dari ekologi manusia merupakan kapasitas manusia dalam melakukan *self-objectification*, belajar mengantisipasi, sehingga manusia mengantisipasi diri sendiri untuk bertindak terhadap lingkungan mereka (Saharuddin, 2007)

5. Agensi.

Kapasitas adaptif agensi mengacu pada kemampuan individu untuk memiliki pilihan bebas dalam menanggapi perubahan lingkungan. Hal ini tergantung pada keyakinan individu terhadap kemampuan untuk mengelola situasi dan mengendalikan peristiwa yang mempengaruhi (Cinner, et al., 2018). Dalam menanggapi perubahan kondisi saat ini pedagang pakaian tetap memilih menjadi pedagang konvensional karena mereka sudah terbiasa menjadi pedagang di pasar. Sehingga dalam mengatasi perubahan mereka tetap memiliki kemampuan untuk mempertahankan usahanya dengan berjualan konvensional dan tidak beralih ke penjualan online, serta para pedagang pakaian mengendalikan perubahan dengan melakukan usaha-usaha seperti menjalin hubungan yang akrab dengan pembeli.

## B. Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional

Pedagang pakaian di pasar Tegal Besar mengalami perubahan kondisi yang menyebabkan pendapatan mengalami penurunan dan jumlah pembeli berkurang. Sehingga mereka berusaha untuk mencari jalan keluar terhadap permasalahan yang mereka hadapi karena pekerjaan menjadi pedagang merupakan sumber utama satu-satunya mereka dalam mencari penghasilan. Untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya maka pedagang mempunyai strategi-strategi agar mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada. Strategi yang dilakukan disesuaikan dengan kemampuan serta kebutuhan yang mereka miliki. Strategi adaptasi pedagang pakaian yang telah dilakukan oleh pedagang pakaian digolongkan menjadi beberapa bentuk strategi adaptasi menurut John W. Bennett yaitu adaptasi perilaku (*adaptive behaviour*), adaptasi siasat (*adaptive strategy*), dan adaptasi proses (*adaptive process*).

### 1. Adaptasi Perilaku Pedagang Pakaian Konvensional

strategi adaptasi merupakan sebuah pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia agar dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkan oleh mereka sebagai upaya dalam memecahkan berbagai permasalahan yang harus mereka hadapi, pola-pola tersebut adalah pola perilaku serta tindakan (Ahimsa-Putra, 2003). Adaptasi yang dilakukan oleh pedagang pakaian di pasar Tegal Besar adalah perilaku yang merupakan cara pedagang untuk menarik minat pembeli yang mengunjungi Pasar Tegal Besar.

a. Bersikap ramah dan bersikap sopan santun terhadap pembeli.

Para pedagang pakaian menyambut pengunjung di pasar dengan keramahannya. Mereka menawarkan pakaian-pakaian yang dijualnya kepada pembeli-pembeli di pasar. Sikap ramah ditujukan untuk masyarakat yang mengunjungi pasar dengan cara pedagang menyapa orang-orang yang melewati lapaknya. Hal tersebut bertujuan untuk lebih akrab dengan pembeli dan menarik minat pembeli agar bisa menjadi pelanggan. Selain itu adaptasi yang dilakukan oleh pedagang yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Dalam memberikan pelayanan kepada pembeli para pedagang pakaian mendengarkan apa yang dibutuhkan oleh pembeli, dengan tidak memaksa, serta mencoba untuk lebih akrab dengan pembeli agar hubungan di antara pembeli dan pedagang menjadi dekat.

b. Berperilaku jujur.

Perilaku jujur yang dilakukan oleh pedagang ketika menjual barang dagangannya seperti, harga yang dijual tidak dilebih-lebihkan atau harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pada umumnya. Para pedagang tidak mengambil keuntungan terlalu banyak. Hal tersebut dilakukan oleh pedagang untuk memberikan kepercayaan kepada pembelinya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mardatillah & Fitriani, 2020) yang menyatakan bahwa salah satu strategi yang dilakukan pedagang agar mampu beradaptasi adalah dengan menjaga kepercayaan dengan pelanggan, dimana kepercayaan ini didapatkan dari nilai kejujuran yang dilakukan oleh pedagang baik dari segi harga maupun kualitas barang dagangan



## 2. Adaptasi Siasat Pedagang Pakaian Konvensional

### a. Mempertahankan pelanggannya dan usahanya.

Sebagaimana pendapat Bennett dalam (Muljono, 2021) bahwa adaptasi siasat dilakukan oleh masyarakat dalam memanfaatkan segala sumber daya untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Hal ini sesuai dengan pedagang yang menghadapi permasalahan yaitu pendapatan menurun dan jumlah pembeli berkurang, sehingga para pedagang memanfaatkan segala sumber daya untuk mempertahankan usahanya. Adaptasi siasat yang dilakukan oleh pedagang pakaian adalah memberikan kesempatan kepada pembeli untuk melakukan penukaran barang apabila kurang sesuai. Dalam hal ini pedagang pakaian memberikan kesempatan kepada pembeli maupun pelanggan melakukan penukaran barang apabila dirasa kurang sesuai oleh mereka, seperti apabila pembeli maupun pelanggan membeli pakaian lalu ketika dicoba di rumah kurang sesuai ukurannya maka dapat ditukarkan kembali atau ditukar di tukar tambah. Hal ini bertujuan agar pembeli maupun pelanggan yang telah membeli di tempat mereka merasa puas.

### b. Mengedepankan kualitas.

Para pedagang pakaian mengutamakan kualitas dalam menjual barang dagangannya. Kualitas tersebut adalah kualitas dari segi kain. Sehingga pakaian yang dijualnya merupakan pakaian yang layak untuk dibeli. Tujuannya adalah agar pembeli kembali datang ke tempatnya. Sehingga ketika datang ke tengkulak mereka memilih pakaian sendiri sehingga mengetahui kualitas dari barang yang akan dijualnya. Para pedagang meyakini bahwa dengan menjaga kualitas barang yang dijualnya mampu membuat pembeli-pembeli kembali datang ke tempatnya. Selain itu para pedagang menjual pakaian yang sedang trend, karena pakaian yang sedang trend dirasa lebih banyak di minati oleh pembeli-pembeli. Para pedagang menjual pakaian yang sedang trend agar pembeli tertarik. Selain itu bertujuan agar pembeli tidak merasa bosan terhadap pakaian yang dijual oleh pedagang. Para pedagang menjual pakaian dengan model terbaru dan yang dirasa banyak dicari oleh pembeli pada saat ini.

### c. Memberikan potongan harga.

Pedagang pakaian memberikan potongan harga kepada pembeli maupun pelanggan agar usahanya tetap berjalan lancar. Mereka memberikan potongan harga maupun diskon terutama kepada pembeli yang membeli pakaian dengan jumlah banyak. Selain itu pedagang pakaian menyediakan pakaian yang sering dibeli oleh pelanggan. Pedagang pakaian menjual pakaian yang sering dibeli oleh pelanggannya. Dikarenakan pedagang di pasar harus mempertahankan pelanggan maka mereka telah menyediakan. Para pedagang memahami pakaian yang biasanya dibeli oleh mereka. Sehingga ketika pelanggan datang untuk membeli pakaian tersebut, pedagang telah mempersiapkan atau menyediakan, tanpa menurunkan kualitas dari pakaian sebelumnya yang tujuannya adalah agar pelanggan tetap mencari dan membeli di lapak mereka.

### e. Membuka lapak lebih pagi dan menutupnya hingga malam hari.

Para pedagang pakaian membuka lapaknya lebih awal dari biasanya. Hal ini dikarenakan pada pagi hari lebih banyak pembeli terutama ibu-ibu. Sehingga para pedagang memanfaatkan waktu-waktu yang efektif yaitu dengan memperhatikan waktu-waktu dimana pembeli banyak yang berkunjung ke pasar. Para pedagang juga menutup lapaknya hingga malam hari. Dalam artian pedagang menutup lapaknya lebih lama daripada biasanya, sehingga apabila jam operasional pasar sudah tutup mereka baru menutup lapaknya. Hal tersebut bertujuan untuk menunggu pembeli. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mardatillah & Fitriani, 2020) yang menyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh pedagang agar mampu beradaptasi dengan kondisi baru salah satunya yaitu dengan memanfaatkan waktu efektif yaitu, perubahan waktu berdagang yang dilakukan dengan cara membuka toko lebih awal dan tutup lebih lambat, dalam artian para pedagang membuka toko mereka lebih lama daripada sebelumnya, dengan adanya perubahan waktu atau jam berjualan maka mereka bisa mengatur kelangsungan usaha dan dapat bertahan untuk mengembangkan usahanya.

### 3. Adaptasi Proses Pedagang Pakaian Konvensional

Adaptasi proses dilakukan dengan memerlukan sebuah proses yang panjang dengan cara menyesuaikan strategi yang telah dipilihnya Bennet dalam (Saharuddin, 2007). Adaptasi proses terbagi menjadi dua, yaitu level individu dan kelompok. Adaptasi pada level individu adalah kemampuan seseorang dalam mengatasi berbagai hambatan di dalam lingkungan yang tujuannya adalah untuk mendapatkan sumber daya yang telah dianggap sebagai alat pemuas kebutuhan. Dalam hal ini pedagang pakaian melakukan adaptasi proses, yaitu berinteraksi dengan pembeli sebagai upaya memberikan kenyamanan kepada mereka. Adaptasi yang dilakukan oleh pedagang pakaian yaitu berkomunikasi dengan pembeli untuk memberikan kenyamanan kepada mereka. Komunikasi tersebut melalui obrolan-obrolan yang dilakukan, dimana tujuannya adalah untuk mendapatkan pembeli serta pelanggan sehingga memperoleh pendapatan. Pedagang pakaian merasa bahwa komunikasi menjadi hal penting didalam memberikan kenyamanan kepada pembeli. Komunikasi yang baik kepada pembeli mampu menciptakan hubungan yang baik diantara pedagang dan pembeli, serta memberikan kesan yang baik kepada pembeli. Selanjutnya iatu memberikan pelayanan yang baik. Pedagang pakaian memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli dengan sabar, seperti dalam proses tawar menawar dengan pembeli. Selain itu pedagang membantu apa yang dicari dan yang dibutuhkan oleh pembeli, sehingga pembeli merasa nyaman mengunjungi lapaknya.

#### C. Kelangsungan Usaha Pedagang Pakaian Konvensional

Pedagang pakaian di pasar Tegal Besar melakukan upaya untuk kelangsungan usahanya. Kelangsungan usaha tersebut terdiri dari kelangsungan permodalan, kelangsungan pemasaran, serta kelangsungan produk atau barang yang dijual oleh pedagang pakaian.

##### 1. Kelangsungan Modal Pedagang Pakaian Konvensional

Keberlangsungan usaha adalah proses keberlangsungan suatu usaha yang mencakup, perkembangan dan pertumbuhan usaha, strategi untuk menjaga keberlangsungan suatu usaha, yang mana semua hal tersebut bertujuan untuk keberlangsungan atau eksistensi (ketahanan) suatu usaha (Masruroh, 2020). Pedagang pakaian di pasar Tegal Besar memiliki upaya untuk mempertahankan kelangsungan usaha berupa: memiliki sumber permodalan untuk berjalannya usaha, cara pemasaran kepada pembeli, dan produk atau pakaian yang dijual.

Sumber modal pedagang pakaian di pasar Tegal Besar untuk mempertahankan kelangsungan usahanya saat ini berupa modal sendiri dan modal pinjaman. Sumber modal tersebut dipilih oleh para pedagang disesuaikan dengan kemampuan atau kondisi penggunaannya. Para pedagang cenderung menggunakan sumber modal sendiri dalam kelangsungan usahanya. Modal sendiri tersebut berasal dari pendapatan yang telah disisihkan atau tabungan yang berasal dari keuntungan-keuntungan yang telah didapatkan sebelumnya. Sedangkan salah satu pedagang menggunakan modal pinjaman dikarenakan pendapatan belum cukup untuk kebutuhan modal usaha sehingga beliau meminjam kepada teman sesama pedagang terlebih dahulu.

Strategi yang dilakukan oleh para pedagang pakaian untuk menjaga sirkulasi modal agar berjalan dengan lancar dengan mengatur pemasukan dan pengeluaran. Para pedagang pakaian di pasar Tegal Besar meminimalkan pengeluaran dan menyeimbangkan antara pengeluaran dan pendapatan yang diperolehnya agar usahanya tetap berjalan. Pencatatan yang tertib, ketat serta disiplin sangat penting agar pedagang mampu untuk bertahan dan mendatangkan laba (Mahendra, 2015).

##### 2. Kelangsungan Pemasaran Pedagang Pakaian Konvensional

Faktor pendukung keberlangsungan usaha pedagang pasar untuk mempertahankan usaha, salah satunya yaitu mempertahankan kualitas produk dan pemberian potongan harga (Kusuma, 2021). Pedagang pakaian di pasar Tegal Besar melakukan pemasaran barang (pakaian), yaitu menawarkan pakaian ke pembeli-pembeli maupun pelanggan dengan pakaian yang berkualitas, model baju terbaru, memberikan potongan harga, dan harga terjangkau, serta melayani pembeli maupun pelanggan dengan baik. Dengan hal tersebut maka usaha dapat bertahan dan memperoleh pendapatan. yang menyatakan bahwa terdapat

### 3. Kelangsungan Produk atau Barang Pedagang Pakaian Konvensional

Kualitas serta model barang dapat menentukan apakah suatu usaha yang dijalankan oleh pedagang mampu bertahan atau tidak (Kusuma, 2021). Pedagang pakaian di pasar Tegal Besar mementingkan produk atau barang yang dijualnya untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Barang yang dijual oleh pedagang pakaian di pasar Tegal Besar merupakan barang yang memiliki kualitas dalam segi kain dan jahitan, pakaian yang baru atau kekinian dengan model terbaru, tidak panas untuk dipakai, serta terlihat bagus dan menarik ketika dipajang di lapaknya. Hal tersebut dilakukan oleh para pedagang untuk agar pembeli merasa puas dan menjadi pelanggan tetap.

### SIMPULAN

Pedagang pakaian melakukan strategi adaptasi adalah dengan menyesuaikan keadaan atau kondisi saat ini. Pedagang pakaian konvensional di Pasar Tegal Besar memiliki kapasitas adaptif sebagai kemampuan mereka untuk melakukan adaptasi, yaitu: aset yang dimiliki oleh pedagang pakaian berupa tabungan, fleksibilitas pedagang pakaian menghadapi perubahan, organisasi sosial dalam bentuk kerja sama pedagang pakaian dalam menghadapi perubahan, pembelajaran yang didapatkan pedagang pakaian selama masa perubahan, dan agensi atau pilihan pedagang dalam menanggapi perubahan. Sedangkan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah, pedagang pakaian memiliki tiga bentuk strategi adaptasi yaitu, adaptasi perilaku, adaptasi siasat, dan adaptasi proses.

Adaptasi perilaku yaitu cara pedagang menarik minat pembeli dengan bersikap ramah, sopan santun dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Sedangkan adaptasi siasat yaitu dengan memperbolehkan pelanggan untuk menukar pakaian apabila kurang sesuai, lebih mengutamakan kualitas dan menjual pakaian dengan harga terjangkau, menyediakan barang yang sering dibeli oleh pelanggan, menjual pakaian yang sedang trend saat ini dengan memilih model pakaian sendiri ketika kulakan, memberikan potongan harga, dan berjualan dengan membuka lapak lebih pagi dan menutup lapak hingga malam hari untuk menunggu pembeli. Sedangkan adaptasi proses yaitu cara pedagang berinteraksi dengan pembeli. Adaptasi pedagang dalam berinteraksi dengan pembeli yaitu memberikan kenyamanan kepada pembeli dengan cara berkomunikasi secara baik, menjalin hubungan yang dekat, dan memberikan pelayanan terbaik, serta mengutamakan kesabaran dalam melayani pembeli. Sedangkan kelangsungan usaha pedagang pakaian di pasar Tegal Besar yaitu, kelangsungan modal yaitu berasal dari modal sendiri dan modal pinjaman, kelangsungan pemasaran, dan kelangsungan produk atau barang yang dijual.

### SARAN PENGEMBANGAN PENELITIAN LANJUT

Bagi peneliti, yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis lebih dalam mengenai strategi untuk pengembangan usaha para pedagang pakaian, dikarenakan setelah pandemi dan perkembangan penjualan online para pedagang tidak hanya mampu mempertahankan usaha akan tetapi juga mengembangkan usaha mereka. Sehingga dapat ditemukan hasil dari upaya-upaya yang dilakukan oleh pedagang untuk meningkatkan eksistensi usaha serta meningkatkan pendapatan. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan teori-teori baru yang relevan, dikarenakan dengan berjalannya waktu teori yang digunakan akan mengalami perubahan-perubahan serta perkembangan.

### DAFTAR RUJUKAN

- Abdoellah, O. (2020). *Dari Ekologi Manusia ke Ekologi Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ahimsa-Putra, H. S. (2003). *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Bennett, J. (1976). *The Ecological Transition : Cultural Anthropology and Human Adaptation*. New York: Pergamon Press.
- Muljono, P. (2021). *Dinamika Komunikasi Pembangunan di Tanah Air*. Bogor: IPS Press.
- Saharuddin. (2007). *Antropologi Ekologi (Fondasi Teori dan Diskursus Ekologi Manusia*. Bogor: Fakultas





---

Ekologi Manusia IPB.

Triana, D. (2019). *Strategi Marketing di Era Teknologi Digital*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.

Cinner, et al (2018). Building adaptive capacity to climate change in tropical coastal communities. *Nature Climate Change, Vol (8)*, 117-123.

Istifhama, L. (2017). Strategi Bertahan dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Studi Ekonomi, 8 (1)*, 32-42.

Masruroh, A. I. (2020). *Pengaruh Modal Sosial, Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha*. Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang.

Mukhlis, N. M., & Sunito, M. A. (2022). Hubungan Sumber Daya Penghidupan dengan Adaptasi Strategi Penghidupan Rumah Tangga di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, 06 (02)*, 269-277.

Karnadi, A. (2022). *Beralihnya Tren Belanja Masyarakat Indonesia ke Ranah Daring*. Diakses pada 17 September 2022, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/beralihnya-tren-belanja-masyarakat-indonesia-ke-ranah-daring>