

PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TANAH ABANG YANG SEMAKIN SEPI

Oleh:

Cinta Rahmi¹

Fadli Maulana²

Tegar Pijar Matahari³

Emelly Aldina Syahrani⁴

Khairul Anwar⁵

Sri Rahayu Yuningsih⁶

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Alamat: JL. Ir H. Juanda No.95, Ciputat, Kec. Ciputat Tim, Kota Tangerang Selatan,
Banten (15412)

Korespondensi Penulis: cinta@stieganasha.ac.id

Abstract. Tanah Abang is the largest wholesale market in Indonesia and even Southeast Asia. Tanah Abang is a wholesale center that is in great demand from all corners of the people of Jakarta and Indonesia, which used to be busy and full of activity, now looks increasingly deserted. This is caused by several factors, one of which is the shift in consumer behavior towards online shops. This research was conducted to analyze the influence of online shops on sales at Tanah Abang Market. The aim of this research is to understand how online shops influence sales at Tanah Abang Market. This research uses a qualitative method with a Gform questionnaire type. Data was collected from student respondents who are online shop users. The results of the research show that online shops have a significant influence on sales at Tanah Abang Market. Consumers prefer to shop at online shops because of the convenience, practicality, and cheaper prices.

Keywords: Tanah Abang Market, Online Shop, Sales, Digital Era.

PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TANAH ABANG YANG SEMAKIN SEPI

Abstrak. Tanah Abang merupakan pasar grosir terbesar di Indonesia bahkan Asia Tenggara. Tanah Abang menjadi pusat grosir yang sangat diminati dari penjuror masyarakat Jakarta dan Indonesia yang dulunya ramai dan penuh dengan aktivitas, kini terlihat semakin sepi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pergeseran perilaku konsumen ke arah *online shop*. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *online shop* terhadap penjualan di Pasar Tanah Abang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana *online shop* memengaruhi penjualan di Pasar Tanah Abang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis kuesioner Gform. Data dikumpulkan dari responden mahasiswa yang merupakan pengguna *online shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online shop* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan di Pasar Tanah Abang. Konsumen lebih memilih berbelanja di *online shop* karena kemudahan, kepraktisan, dan harga yang lebih murah.

Kata kunci: Pasar Tanah Abang, *Online Shop*, Penjualan, Era Digital.

LATAR BELAKANG

Sejarah pasar di Indonesia sudah ada bahkan sebelum republik Indonesia terbentuk. Pasar tradisional muncul karena orang-orang menjalankan bisnis mereka di lokasi terbuka yang berdekatan antar sesama penjual seperti lapangan, jalan dan pasar ini tempatnya berdekatan dengan pemukiman penduduk. Pasar tradisional telah menjadi tempat berlangsungnya jual beli dalam kurun waktu yang lama, dengan umur pasar yang sudah berdiri sekitar 10 tahunan, karena pada dasarnya perdagangan di pasar menggunakan cara tradisional. Pasar tradisional sendiri sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup orang banyak dan terutama pada masyarakat menengah kebawah. Dalam pandangan orang Jawa, pasar tradisional bukan hanya tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar tradisional memiliki peran lebih dari sekedar sebagai pusat kegiatan ekonomi. Bagi para pelaku pasar, pasar tradisional mempunyai fungsi sebagai tempat untuk berinteraksi sosial dan sebagai wadah untuk mencapai tujuan mereka, termasuk aspek perekonomian (Febrianti et al., 2023).

Seiring berkembangnya zaman, peran pasar tradisional makin terkikis, seperti halnya pasar Tanah Abang. Tanah Abang merupakan pasar grosir terbesar di Indonesia bahkan Asia Tenggara. Pada tahun 2000-an Tanah Abang menjadi pusat grosir yang

sangat diminati dari penjuru masyarakat Jakarta dan Indonesia, bagaimana tidak, semua yang dicari dan dibutuhkan ada di pasar ini, terutama Grosir Bahan Pakaian. Namun perubahan zaman yang terus semakin cepat, kini eksistensi pasar Tanah Abang telah mulai menyusut, dikarenakan hadirnya Pasar *Online (Online Shop)* yang kerap menjadi musuh besar bagi para pedagang di Pasar Tanah Abang. Namun perubahan zaman tidak bisa dihindar. *Online Shop* terus menaiki eksistensinya sebagai pasar yang mudah diakses oleh siapapun, dimanapun dan dari kalangan manapun, sehingga persaingan pasar *Online* dan Tradisional menjadi ketat dan kerap menjadi sebuah masalah di masyarakat.

Online shop menjadi posisi utama dalam kemudahan konsumen dalam berbelanja, dengan hanya membuka aplikasi konsumen dapat memesan produk yang akan dibeli dibanding harus berbelanja dengan menempuh tempat belanja langsung. Munculnya *online shop* yang berkembang pesat mengkhawatirkan pedagang pasar tradisional karena penggunaan *online shop* yang mempunyai dampak signifikan terhadap UMKM *offline*, sehingga menyulitkan mereka untuk bersaing dan mencapai keadilan distributif. Sebab dengan kehadiran platform *e-commerce* membuat UMKM kesulitan bersaing dalam harga, kualitas, dan jangkauan pemasaran (Lo et al., 2023).

Sepinya Pasar Tanah Abang ini tentu saja berdampak besar bagi para pedagang. Omzet mereka turun drastis hingga 90% dibandingkan sebelum pandemi.. Para pedagang merasakan dampak yang sangat besar dari menjamurnya *social commerce* dan *e-commerce*, yang membuat pembeli lebih memilih berbelanja *online* daripada datang langsung ke pasar (CNBC Indonesia, 2020), maka dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis Pengaruh Online Shop Terhadap Penjualan di Pasar Tanah Abang yang Semakin Sepi.

KAJIAN TEORITIS

E-commerce merupakan sebuah tempat yang digunakan dalam jual beli secara *online* (elektronik), meliputi pada pemasaran, pembelian bahkan dalam transaksi (pembayara) dapat dilakukan secara online atau menggunakan media elektronik. Menurut Akbar & Alam (2020), *E-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet.

PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TANAH ABANG YANG SEMAKIN SEPI

Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce* (Yuswita, 2020).

Pengaruh adanya *e-commerce* terhadap pedagang di pasar tradisional dikaji menggunakan teori konflik oleh Ralf Dahrendorf. Teori Konflik menjelaskan bahwa konflik merupakan bagian alami dari interaksi dalam masyarakat yang tercipta dari interaksi sosial. Dahrendorf mengatakan bahwa konflik adalah sesuatu yang wajar dan alami dalam kehidupan sosial. Ada dua jenis konflik yaitu konflik karena kepentingan (seperti persaingan atas sumber daya) dan konflik karena nilai (perbedaan dalam keyakinan atau norma). Kekuasaan juga sangat penting dalam teori ini, karena konflik sering kali muncul karena persaingan untuk mengendalikan kekuasaan. Konflik dapat mendorong perubahan sosial, dan integrasi sosial juga penting untuk mengurangi konflik. Dalam penelitian ini berfokus pada konflik karena adanya kepentingan, fenomena adanya Tiktok shop merupakan bentuk dari adanya suatu kepentingan yang berkaitan dengan sumber daya, kekuasaan dan hak-hak. Munculnya Tiktok shop membuat pedagang di pasar tradisional merasa bahwa mobilitas pembeli berkurang karena adanya Tiktok Shop. Konflik sering muncul karena adanya persaingan atas sumber daya dan otoritas yang menyangkut dengan aspek ekonomi. Konflik muncul untuk mendorong perubahan yang baru dalam masyarakat, muncul inovasi baru yang membuat struktur sosial dalam masyarakat juga berubah (Febrianti et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini yaitu metode kualitatif berjenis Kuesioner Gform dengan mengumpulkan data dari beberapa pertanyaan terbuka yang diajukan. Banyak responden yang cukup antusias dengan kuesioner penulis mengenai “Pengaruh *Online Shop* Terhadap Penjualan di Pasar Tanah Abang yang Semakin Sepi”. penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner Gform dengan alasan lebih efisien, karena bisa mencakup banyak responden dari manapun dan latar belakang apapun. Target responden penulis yaitu anak-anak muda (mahasiswa) yang mana sebagai pengguna *online shop* dibandingkan *offline shop* seperti halnya Pasar Tanah Abang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

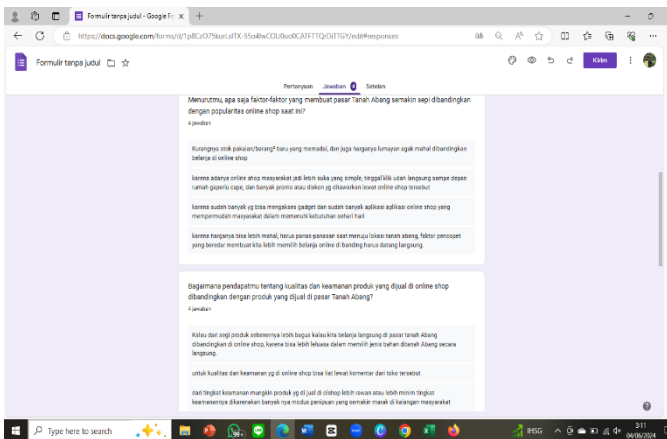
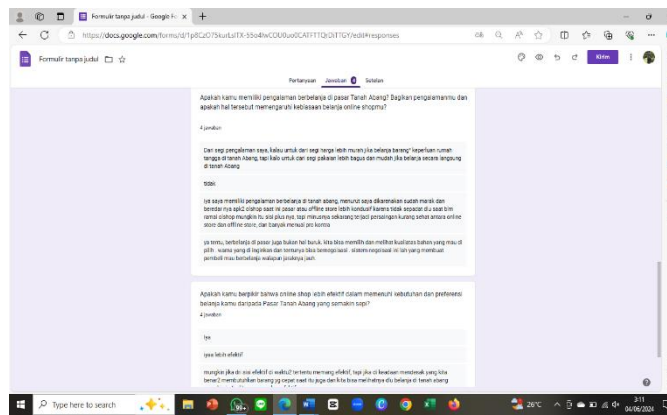
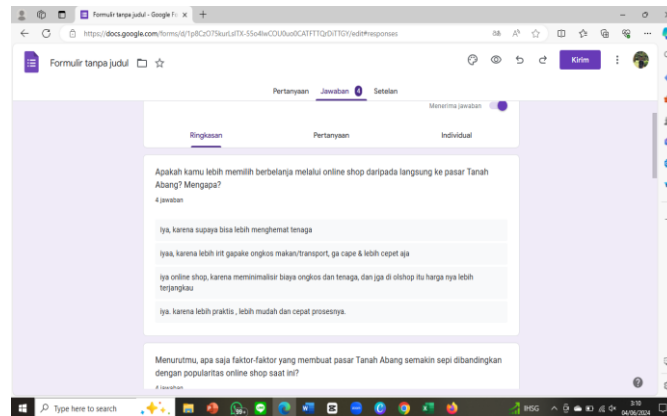
Dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan Gform kepada mahasiswa sebagai responden untuk penulis. Banyak dari responden yang mengatakan bahwa *online shop* lebih memudahkan mereka untuk berbelanja tanpa harus hadir ke pasar tradisional, lebih hemat waktu, transport dan tenaga. Di Pasar tradisional kerap kali stok produk tidak memadai dan tidak jarang harga nya mengalami penurunan (*discount*), beda dengan *Online shop* yang lebih banyak promo dan *discount*. Responden berpendapat mengenai kualitas barang di kedua pasar tersebut, ada yang mengatakan bahwa di Pasar Tanah Abang kualitas nya terjamin, karena pembeli bisa langsung melihat secara fisik bahkan menyentuhnya, sehingga tidak ada keraguan. Responden juga mengatakan bahwa hadir nya *Online shop* efektifitas waktu jadi lebih terasa.

Para responden lebih tertarik berbelanja di *online shop*, dengan alasan lebih praktis, juga menghemat tenaga, waktu dan uang, karena di *online shop* seringkali ada diskon terhadap beberapa barang tertentu. Menurut responden, ada beberapa faktor yang menyebabkan popularitas pasar Tanah Abang juga semakin menipis, diakibatkan munculnya *online shop*, karena *online shop* lebih banyak stok barang yang dibutuhkan konsumen, selain itu faktor praktis juga menjadi alasan kuat pasar Tanah Abang tersaingi oleh *Online Shop*. Dengan menggunakan gadget konsumen dapat lebih mudah mengakses *Online Shop* dan membeli produk yang diinginkan.

Ketika berbicara mengenai kualitas produk baik di Pasar Tanah Abang ataupun *Online Shop*, perbedaan pendapat kedua pasar ini terlihat di responden yang mengisi kuesioner. Ada diantara mereka yang kontra terhadap kualitas produk Pasar Tanah Abang, ada juga yang pro terhadap kualitas produk Pasar Tanah Abang, begitu pun sebaliknya ketika di *Online Shop*. Mereka mengatakan bahwa mencari kualitas berbelanja secara langsung ke Pasar Tanah Abang solusinya, karena konsumen bisa lebih jelas mengetahui kualitas produk, dengan cara menyentuh, memakai dan sejenisnya, lain hal ketika di *Online Shop*. Namun ada pula diantara mereka yang mengatakan kualitas produk di *Online Shop* juga bisa diketahui melalui komentar atau ulasan konsumen terhadap produk tersebut.

PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PENJUALAN DI PASAR TANAH ABANG YANG SEMAKIN SEPI

Bukti Data Penelitian Memakai Kuesioner



KESIMPULAN

Kondisi Pasar Tanah Abang akibat hadirnya beberapa online shop yang kerap kali membuat Pasar Tanah Abang sepi pengunjung dan peminat, hadirnya *online shop* menjadi solusi kesulitan konsumen jika harus bepergian membeli produk ke Pasar Tanah Abang, antrian Panjang, kualitas, harga, hingga padatnya para pembeli di Pasar Tanah Abang menjadi alasan kuat para konsumen untuk beralih ke *Online Shop*. *Online Shop*

datang di waktu yang tepat sebagai wadah keresahan masyarakat akan pasar perbelanjaan, dengan hadirnya *online shop* aktivitas jual beli menjadi lebih mudah, efisien, dan praktis. Dengan begitu sampai saat ini konsumen Pasar Tanah Abang dan *Online Shop* masih sama kuat, artinya mereka memiliki alasan nya masing masing untuk kemudian kemana dan dimana mereka akan berbelanja.

DAFTAR REFERENSI

- CNBC Indonesia. (22 September 2023). Pasar Tanah Abang Sepi, Belanja Online Lebih Murah? [Video]. YouTube. https://youtu.be/xFO0ocUUNxA?si=rH30bb_VvHb2TPP0
- Febrianti, N. U., Zahrafani, S. A. W., & Afifah, W. (2023) Pengaruh Tiktok Shop terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Tanjung dan Ambulu Kabupaten Jember. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 211–220. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.571>
- Lo, A., Angeline, F., Lim, F., Xaviera, G. H., & Vandini, T. (2023). Analisis Keadilan Distributif bagi Pelaku UMKM yang Melakukan Perjanjian Jual-beli secara Offline atau Online pada TikTok. *COLAS: Conference on Law and Social Studies*.
- Yuswita, E. (2020). Pengaruh Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Serta Motivasi Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Berwirausaha. 7. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/9131/3/BAB%20II.pdf>