


# STRATEGI ADAPTASI PEDAGANG PAKAIAN PASAR INPRES I KISARAN TERHADAP KEHADIRAN PASAR MODERN: SEBUAH STUDI ETNOGRAFI

Chairina\*

Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Daar Al Uluum Asahan

Email: [Chairinaguchi@gmail.com](mailto:Chairinaguchi@gmail.com)

<p><b>Menerima:</b> 15/07/2025</p> <p><b>Direvisi</b> 20/07/2025</p> <p><b>Diterima:</b> 22/07/2025</p> <p><b>Menerbitkan:</b> 25/07/2025</p> <p>Korespondensi*</p>  <p>Karya ini dilisensikan di bawah <a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">Creative Commons Attribution 4.0 International License</a>.</p>	<p><b>Abstrak</b> -</p> <p><i>Perkembangan pasar modern seperti toko ritel dan mall menjadi tantangan besar bagi pasar tradisional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi adaptasi yang dilakukan oleh pedagang Pasar Inpres I Kisaran dalam menghadapi kehadiran Pasar Modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi. Pengumpulan datanya melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pedagang pakaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang mengembangkan berbagai strategi adaptasi seperti penyesuaian harga, menjalin hubungan baik dengan pelanggan, menambah jam berdagang, pemanfaatan media sosial, dan menggunakan pembayaran digital.</i></p> <p><b>Kata kunci:</b> <i>Pasar Tradisional, Pasar Modern, Pedagang Pakaian, Strategi Adaptasi, Etnografi.</i></p>
---	--

## PENDAHULUAN

Pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk (Fuad, M, 2006). Pasar secara umum diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Dalam pasar tradisional si pembeli berhadapan langsung dengan si penjual. Sedangkan dalam pasar modern, si pembeli tidak harus berhadapan langsung dengan si penjual. Adapun contoh dari pasar modern ini seperti mall, pasar swalayan atau *departemen store*. Di Pasar modern ini si pembeli tinggal mencari barang yang dibutuhkan dan tinggal

membayarinya kepada kasir (Pariaman, 2004). Seiring dengan perkembangan zaman, banyak pasar modern yang mulai bermunculan dan menawarkan fasilitas dan harga yang lebih menarik dibandingkan dengan pasar tradisional. Maka, tidak heran bila pada saat ini, banyak masyarakat yang menjatuhkan pilihannya ke Pasar modern sebagai tempat berbelanja. Eksistensi pasar tradisional semakin tersudut oleh gempuran pasar modern ini, bahkan dianggap bisa mematikan pasar tradisional (Susilowati, 2014). Hal inilah yang membuat para pedagang tradisional khawatir jika suatu waktu tidak akan ada lagi pengunjung yang datang ke Pasar tradisional.

Pasar tradisional sebenarnya memiliki potensi untuk bisa bersaing dengan pasar modern, bahkan mungkin bisa lebih unggul dari pasar modern. Hal ini dikarenakan adanya ciri khas dari pasar tradisional itu sendiri yaitu adanya proses ataupun budaya tawar menawar saat akan membeli suatu barang, sehingga aktivitas perdagangannya tampak dan harganya lebih murah. Selain itu, pasar tradisional memberikan kesan akrab serta bisa membuat penjual dan pembeli untuk saling mengenal hingga menjalin silaturahmi. Hubungan yang terjalin tidak hanya sekali itu saja tetapi bisa berlanjut seterusnya. Berbeda halnya dengan pasar modern, di pasar ini biasanya harga barang sudah ditentukan oleh penjual sehingga tidak ada proses tawar menawar. Hal inilah yang membuat tidak ada kesan akrab antara penjual dan pembeli. Di pasar ini juga biasanya si pembeli mencari sendiri barang yang dibutuhkannya atau barang yang diinginkannya. Jika tidak menemukannya, si pembeli bisa bertanya kepada si penjual di mana letak barang yang diinginkannya. Sehingga penjual akan menuntun ataupun menunjukkan bagian mana yang harus dilihat oleh si pembeli.

Walaupun pasar tradisional memiliki kelebihan, kehadiran pasar modern membuat pasar tradisional kehilangan perhatian sedikit demi sedikit. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih suka berbelanja di Pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional. Menurut Faturochman, dkk masyarakat beralih

karena semua manfaat yang ditawarkan seperti harga yang lebih rendah, akses yang lebih mudah, lingkungan bersih dan kenyamanan (Faturochman et al., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Frendy Wibowo, dkk yang menyatakan bahwa kehadiran pasar modern lebih memberikan keuntungan bagi konsumen karena memunculkan berbagai alternatif tempat untuk berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan. Pasar modern berhasil menangkap kebutuhan konsumen, mampu memenuhi keinginan serta selera konsumen, sementara pasar tradisional lambat merespons perubahan perilaku berbelanja konsumen yang semakin dinamis. Akibatnya, perilaku berbelanja konsumen pun ikut berubah dan mulai beralih ke pasar modern (Wibowo et al., 2022).

Di kota Kisaran, pedagang pasar tradisional yaitu pedagang Pasar Inpres juga mengalami kekhawatiran terhadap pasar modern sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya. Sebagai pasar tradisional yang menjual banyak produk, lokasi pasar ini juga cukup strategis dan berada di tengah kota. Pasarnya juga cukup bersih, mempunyai musholla, area parkir, dan toilet. Namun pasar ini sedikit panas. Rentang waktu berjualan di Pasar Inpres ini juga cukup panjang, biasanya buka dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 18.00 WIB. Pasar ini bukan hanya dikunjungi oleh para pembeli dari Kota Kisaran, namun juga dari luar Kota Kisaran. Jenis barang dagangan yang diperjualbelikan berupa pakaian, aksesoris, produk kecantikan, sepatu, dan lain sebagainya. Kualitas dagangannya juga cukup baik dan harganya relatif murah. Namun, di pasar tradisional ini, pembeli harus pandai menawar harga agar tidak merasa dirugikan.

Akan tetapi, dalam waktu lima tahun terakhir, para pedagang banyak mengeluh karena sedikitnya pembeli yang berkunjung ke Pasar Inpres Kisaran. Bahkan, tidak jarang para pedagang tidak mendapatkan hasil penjualan dalam satu harian. Hal ini disebabkan oleh kehadiran Pasar modern yang ada di daerah Kisaran. Pasar modern ini berupa took-toko pakaian, aksesoris, sepatu,

tas yang ada di Kota Kisaran seperti Irian, Toko serba 35.000, Mulia Jaya, Viva Fashion, Central Busana, Fashion Galery, Sekkah Boutique, Mode Fashion, Mulia Jaya, Wiwit Hijab dan masih banyak lagi. Beberapa pasar modern ini juga mempromosikan barang dagangannya secara *online* dan menawarkan pembelian secara *online*, sehingga pembeli bisa memesan lewat Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Dari hasil wawancara singkat dengan dua orang pedagang di Pasar Inpres Kisaran, yaitu ibu Nila dan ibu Rani, mereka mengatakan kehadiran Irian dan Toko Serba 35.000 ini cukup berpengaruh terhadap jumlah pengunjung pasar. Mereka juga khawatir jika suatu saat nanti Pasar Inpres ini tidak dapat lagi beroperasi karena tidak ada lagi pedagang yang sanggup berjualan diakibatkan sepi pembeli. Sepinya pembeli membuat kurangnya pendapatan yang di dapatkan oleh para pedagang, sementara para pedagang juga harus memberikan upah kepada para karyawannya (Rani & Nila, n.d.).

Banyak para pedagang yang berharap kepada langganannya yang sudah biasa membeli barang dagangan mereka. Hal ini dikarenakan untuk mengharapkan pembeli yang berkunjung sudah sangat sulit. Ada beberapa pedagang yang menjual barang dagangannya dengan untung yang sangat sedikit, bahkan terkadang sampai menjualnya tanpa untung jika barang tersebut termasuk ke dalam barang yang sulit untuk di jual. Banyak para pedagang yang lebih memilih untuk tidak berdagang lagi, sehingga banyak kios yang kosong, terutama kios lantai dua yang saat ini kosong atau tidak berpenghuni. Berbagai permasalahan yang sedang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional di Pasar Inpres Kisaran tersebut juga menjadi alasan bagi peneliti untuk memahami lebih jauh tentang kehidupan para pedagang tradisional di Pasar Inpres Kisaran. Peneliti ingin mengetahui pandangan para pedagang tentang kehadiran ataupun keberadaan pasar modern. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui strategi adaptasi apa yang telah dilakukan pedagang Pasar Inpres I Kisaran untuk mempertahankan eksistensinya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pedagang**

Pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual kembali suatu produk tanpa mengubah bentuknya untuk mendapatkan keuntungan dari pihak konsumen. Pedagang dibedakan menjadi pedagang grosir, pedagang eceran atau *retailer* (Reken et al., 2024).

### **Pasar**

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau lebih jelasnya daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kegiatan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga. Sedangkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, Pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk (Fuad, M, 2006).

### **Jenis-Jenis Pasar**

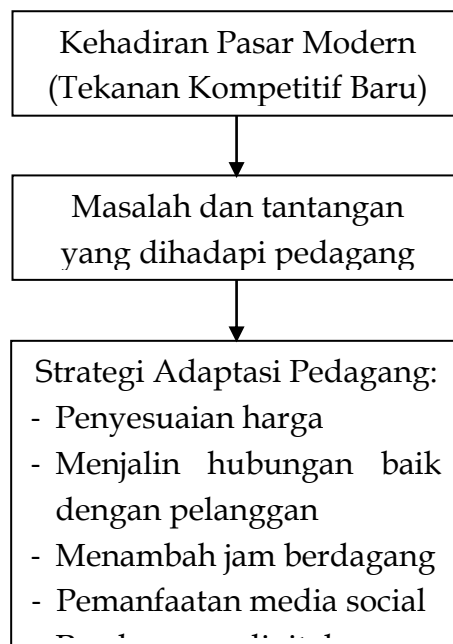
Pasar terbagi menjadi 2 yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah maupun swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan lain-lain. Pasar tradisional terkenal dengan budaya tawar-menawar sehingga harganya tidak pasti. Sebagian besar pembeli ataupun konsumen pasar tradisional adalah masyarakat kelas menengah ke bawah yang memiliki karakteristik yang sangat sensitif terhadap harga. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah maupun swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan lain-lain. Pasar tradisional terkenal dengan budaya tawar-menawar sehingga harganya tidak pasti. Sebagian besar pembeli ataupun

konsumen pasar tradisional adalah masyarakat kelas menengah ke bawah yang memiliki karakteristik yang sangat sensitif terhadap harga. (Pariaman, 2004).

### Strategi Adaptasi

Strategi merupakan suatu proses memenuhi syarat untuk dapat melangsungkan hidup dengan cara memenuhi kebutuhan. Sedangkan adaptasi bisa diartikan sebagai kapasitas individu untuk mengatasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Jadi, strategi adaptasi ialah tindakan pedagang dalam kurun waktu tertentu, oleh suatu kelompok atau keseluruhan manusia sebagai upaya langkah-langkah dengan kemampuan yang ada, baik itu berasal dari dalam maupun dari luar diri pedagang (Saragih, 2014).

### Kerangka Konseptual



*Gambar 1. Kerangka Konseptual*

### METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Pasar Inpres Kisaran, Kecamatan Kota Kisaran Barat, Kabupaten Asahan. Metode penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan

data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Siyoto, 2015). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian etnografi. Etnografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti orang dan *graphein* yang berarti tulisan. Etnografi adalah deskripsi tertulis mengenai organisasi sosial, aktivitas sosial, simbol dan sumber material dan karakteristik praktik interpretasi suatu kelompok manusia tertentu. Penelitian etnografi ini bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan menyeluruh mengenai strategi adaptasi pedagang pasar tradisional yaitu Pasar Inpres Kisaran dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern (Duranti, 2016). Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Kehadiran Pasar Modern

Belakangan ini banyak masyarakat yang mulai meninggalkan pasar tradisional dan mulai beralih ke pasar modern. Alasan mereka beralih ke pasar modern juga bermacam-macam. Hal inilah yang membuat pasar tradisional hampir mati, artinya daya beli masyarakat untuk belanja ke pasar tradisional telah berkurang. Berkurangnya daya beli masyarakat membuat pendapatan pedagang juga menurun ataupun berkurang dibandingkan sebelum adanya pasar modern. Pasar modern saat ini sudah mulai membanjiri kota (sudah mulai banyak). Pasar ini menyediakan berbagai jenis barang baik untuk kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah. Salah satu pasar tradisional yang terletak di Kota Kisaran yang hampir mati adalah Pasar Inpres Kisaran. Dari temuan peneliti penyebabnya adalah pasar modern yang mulai banyak bermunculan. Inilah salah satu permasalahan yang dihadapi para pedagang. Hal ini sesuai dengan perkataan Bu Lis yang mengatakan bahwa sebelumnya pasar ini lumayan ramai sebelum pasar modern bermunculan.

Awalnya pusat perbelanjaan itu adanya di pasar Inpres Kisaran. Pengaruh kehadiran pasar modern ini kalau dipersenkan bisa mencapai 50%. Pendapatan pedagang di pasar ini sangat menurun dikarenakan sepinya pembeli yang berkunjung ke pasar ini.

Ibu Nila juga mengatakan hal yang hampir serupa dengan perkataan Ibu Rani yang mengatakan bahwa ketika belum ada pasar modern, pendapatan para pedagang lumayan baik dan stabil. Hal ini juga dikarenakan daya beli masyarakat juga lumayan baik. Menurutnya, kehadiran pasar modern sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang, bahkan jika dipersenkan bisa mencapai 70%. Para pedagang di sini merasa semenjak ada pasar modern ini omset mereka sangat berkurang. Pasar modern saat ini berkembang di Kota Kisaran. Pasar modern ini menawarkan produk yang sangat bervariasi mulai dari aksesoris, tas, pakaian, sepatu, kebutuhan sehari-hari, dan lain-lain. Pasar ini biasanya menggunakan label harga pada produknya, mulai dari harga yang rendah hingga tinggi, dengan kualitas cukup baik. Pembeli banyak yang menganggap produk yang ditawarkan oleh pasar modern cukup baik walaupun harganya terkadang harganya lebih murah seperti toko serba 35.000. Jadi pakaian yang mereka beli juga tidak terkesan murahan.

Menurut para pedagang, masyarakat lebih senang berbelanja ke pasar modern karena di sana tempatnya ber-AC (dingin) tidak panas seperti keadaan di Pasar Inpres Kisaran. Pembeli yang pernah membeli barang dagangan mereka juga pernah mengatakan hal demikian. Selain itu, di pasar modern tersebut harganya sudah harga bandrol artinya sudah ditetapkan tanpa adanya proses tawar menawar, sehingga para pembeli yang tidak pandai menawar lebih senang berbelanja di sana. Pasar modern juga biasanya mempromosikan barangnya secara *online*, sehingga pembeli bisa melihat barangnya melalui Instagram, Facebook, ataupun WhatsApp. Jika merasa tertarik dengan barangnya, pembeli bisa bertanya via chat apakah barangnya ready dana bisa memesan barangnya terlebih dahulu dan diambil kemudian hari. Biasanya ketika memesan pembeli harus mentransfer sejumlah uang sebagai tanda jadi.

## **2. Masalah dan Tantangan yang Dihadapi oleh Pedagang Pasar Inpres I Kisaran**

Pasar Inpres merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kota Kisaran. Pasar ini terletak di Jalan Diponegoro. Pasar ini terdiri dari 513 kios, lantai satu ada 235 kios dan lantai 2 ada 278 kios. Pedagang yang berjualan di Pasar Inpres ini cukup banyak mulai dari yang tua hingga yang muda. Produk yang ditawarkan oleh pedagang Pasar Inpres ini juga bermacam-macam mulai dari pakaian bayi hingga dewasa, kain, aksesoris, jilbab, sepatu, tas, dan lain-lain. Seiring dengan perkembangan zaman banyak pasar modern yang mulai bermunculan, khususnya di Kota Kisaran. Hal ini tentu membuat khawatir para pedagang karena mereka merasa keberadaan pasar tradisional mulai tidak dihiraukan lagi. Namun, sebenarnya tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan pasar tradisional seperti Pasar Inpres Kisaran masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat.

Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Asahan sebenarnya telah melakukan pembangunan, pembenahan, penataan, dan pengelolaan terhadap Pasar Inpres Kisaran yang terletak di jantung kota Kisaran. Hal ini dilakukan oleh pemerintah guna menciptakan kondisi pasar yang bersih, rapi, dan nyaman dalam melakukan proses transaksi jual beli. Namun belakangan ini, banyak masalah-masalah baru yang muncul di Pasar Inpres Kisaran ini. Dalam berdagang, pasti ada saja masalah yang muncul baik dari dalam maupun dari luar. Masalah yang dihadapi pedagang Pasar Inpres pada saat ini dari hasil pengamatan peneliti selama di lapangan yaitu kondisi pasar yang sepi pembeli akibat banyaknya pesaing dari luar, sehingga banyak para pedagang yang memilih untuk menyewakan kiosnya ataupun menjual kiosnya kepada para pedagang lain.

Selain itu Pasar ini sedikit panas, sehingga banyak para pedagang yang mengambil inisiatif sendiri untuk membeli kipas angin dan menggunakannya di kios mereka. Namun, untuk pembeli yang tidak masuk dan hanya melewati

kios-kios akan merasakan panas apalagi saat pasar ramai pembeli seperti bulan puasa. Selain itu, peneliti juga melihat kios di lantai 2 kosong, tidak ada pedagangnya. Hal ini juga di ungkapkan oleh Ibu Rani yang mengatakan bahwa di pasar Inpres sedikit panas, sehingga ketika banyak pembeli seperti di bulan puasa pembeli pada kepanasan. Dahulu, ada blower (seperti kipas angin) di Pasar ini namun sekarang tidak hidup lagi. Jadi para pedagang berinisiatif untuk membawa kipas ke toko mereka. Selain itu, tempat parkirnya juga tergolong sempit atau sedikit, padahal di lantai atas tersedia juga tempat parkir hanya para pembeli banyak malas naik ke atas karena turunnya menggunakan tangga, bukan eskalator. Masalah lainnya kosongnya kios di lantai 2 ada sekitar 200 lebih.

Banyaknya kios yang kosong ini tentunya sangat disayangkan oleh berbagai pihak. Awalnya ada beberapa pedagang yang berjualan di lantai 2, namun karena banyak pembeli yang malas naik ke atas (lantai 2), banyak kios yang akhirnya tutup dan tidak mau berdagang di lantai atas. Seharusnya pemerintah Asahan saat ingin melakukan pembangunan pasar Inpres, mereka sudah merencanakan sebaik mungkin agar tidak ada kios yang kosong. Akibatnya, banyak para pedagang yang turun ke lantai 1 untuk berdagang pakaian. Sedangkan Ibu mengatakan banyak para pembeli yang menginginkan harga barang yang murah dan jauh di bawah modal barang dagangan. Hal ini tentu sedikit sulit untuk di atasi. Terkadang pembeli tidak pandai membedakan mana barang yang bagus dan mana yang tidak, sehingga banyak juga pembeli yang menawar harga sangat jauh dan pembeli sering membandingkan dengan barang lainnya yang hampir serupa namun sebenarnya tidak sama. Hal ini terjadi karena banyaknya produk-produk tiruan yang dijual baik di dalam Pasar Inpres maupun di luar Pasar Inpres itu sendiri.

Selain itu, dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang mereka mengatakan bahwa untuk memperbarui barang dagangan atau berbelanja barang dagangan mereka perlu mikir-mikir terlebih dahulu. Para pedagang

takut belanja ke grosir ataupun ke kota besar seperti Medan dan Jakarta karena pembelinya tidak ada artinya bebannya bertambah sedangkan untung yang didapatkan oleh mereka tidak ada. Sedangkan kalau tidak belanja barang mereka akan kosong. Inilah dilema yang dirasakan oleh pedagang pasar. Mereka takut barangnya nanti tidak berputar. Para pedagang juga menyadari bahwa saat ini memang perekonomian sedang sulit juga sehingga berdampak juga pada daya beli masyarakat yang berkurang.

Mereka juga banyak yang mengatakan bahwa keadaan Pasar Inpres Kisaran saat ini sangat sepi pembeli, bahkan satu hari bisa tidak buka dasar atau tidak ada pembeli yang membeli barang dagangan. Untuk buka dasar saja mereka sudah bersyukur sekali. Sementara itu, dalam sehari banyak yang harus dibayarkan oleh pedagang seperti gaji karyawan, tarean, dan hutang mereka dengan tukang tolak (orang yang memberikan produk ke mereka), serta grosir. Kecurangan juga pernah terjadi di pasar Inpres Kisaran ini. Dari hasil wawancara dengan Ibu Darneti, ia mengatakan bahwa kecurangan yang terjadi antara sesama pedagang juga pernah terjadi di Pasar ini seperti mematikan harga di bawah harga standar atau modalnya (lebih murah), sehingga pembeli berfikir toko lain itu kemahalan padahal sudah memang standar harganya seperti itu. Selain itu, pernah juga terjadi kecurangan seperti tidak memberitahukan bahwa barang yang dijual mereka cacat, namun hal ini jarang terjadi, biasanya terjadi karena si pedagang juga tidak melihat barang dagangannya itu cacat. Kecurangan yang dilakukan pembeli kepada para pedagang pasar juga ada, contohnya pada saat puasa dan pembeli ramai ada beberapa pembeli yang menghampiri toko untuk membeli pakaian, yang membeli hanya satu orang dan yang lainnya mengambil barang dagangan pedagang tanpa sepengetahuan pedagang dan karyawannya.

Hal serupa terkait kecurangan juga dikatakan oleh Ibu Nila seperti menukar ukuran baju dari L menjadi XL. Namun, sebenarnya semuanya tergantung pedagang itu sendiri. Biasanya pedagang yang melakukan hal

demikian karena dia sedang terdesak sehingga mencari berbagai macam cara agar barang dagangannya di beli oleh pembeli. Berbeda dengan Ibu Lis juga pernah mengalami kecurangan seperti pedagang lain yang menarik pembeli atau memanggil pembeli dari luar pasar untuk belanja ke tokonya dan melewati tokonya. Pernah juga pedagang lain mengoper pembeli ke tokonya satu lagi sehingga pelanggan tersebut melewati tokonya tanpa bisa dipanggil untuk belanja ke tokonya. Kecurangan-kecurangan yang terjadi di Pasar Inpres Kisaran ini memang jarang terjadi, hanya sesekali saja. Kecurangan lain yang saya temukan di pasar ini adalah beberapa pedagang ada yang terlalu over merayu pelanggan, sehingga dia terkadang sedikit berbohong dengan kualitas barang, terkadang dia bilang ini barang yang paling bagus padahal masih ada barang yang lebih bagus dari itu.

### **3. Strategi adaptasi yang Diterapkan oleh Pedagang Pasar Inpres Kisaran**

Strategi adaptasi merupakan upaya penyesuaian diri manusia di dalam kehidupan untuk keberlangsungan hidupnya yang diatur oleh sistem sosial budaya. Strategi adaptasi bisa dilihat dari bagaimana upaya pedagang pasar Inpres dalam menyikapi keberadaan pasar modern. Strategi ini mengarah kepada rencana, pedoman, dan petunjuk mengenai apa yang akan dilakukan, atau bisa juga perilaku (tindakan) yang telah dilakukan. Ibu Rani mengatakan strategi yang telah dilakukan dengan membuat harga barang yang di jual menjadi tidak mahal, kalau bisa harganya sama atau bahkan lebih murah dari pasar modern. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmania bahwa strategi penyesuaian harga dengan harga yang sama atau di bawah pasar modern dapat mempertahankan pelanggan (Rahmania, 2023). Para pedagang sekarang lebih sering mematuhi harga yang untungnya benar-benar tipis (sedikit), karena bagaimanapun pasar modern biasanya mengambil barang langsung dari pusatnya. Sedangkan para pedagang Inpres I Kisaran yang mengambil barang dagangan dari grosir ataupun dari tukang tolak (orang yang menawarkan barang kepada para pedagang dari berbagai daerah seperti Medan, Bukit Tinggi, dan lain-lain).

Sedangkan strategi Ibu Lis yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau memperlakukan pembeli dengan baik. Para pedagang berusaha menjalin komunikasi yang baik dengan para pembeli ataupun pelanggan agar tetap berhubungan baik. Sehingga pelanggan mau kembali berbelanja ke tokonya. Selain itu, para pedagang tetap berusaha mengabarkan dan menawarkan kepada para langganan tentang barang baru yang baru masuk ke toko. Strategi mempertahankan pelanggan ini sudah umum dilakukan oleh para pedagang Pasar Inpres Kisaran. Pelanggan yang sudah menjadi langganan mereka inilah yang sekarang diharapkan oleh para pedagang. Hal ini dikarenakan biasanya para langganan ini membeli barang atau pakaian dalam jumlah yang banyak, terkadang juga mereka membeli barang untuk dijual mereka kembali di daerahnya. Hal ini tentu menguntungkan pedagang pasar, sehingga harganya yang ditawarkan juga sudah harga bandrol. Mempertahankan pelanggan juga dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas barang dagangan, sehingga dapat membangun kepercayaan pelanggan terhadap pedagang.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan strategi adaptasi lainnya yang dilakukan pedagang dalam mempertahankan eksistensinya sebagai pedagang Pasar Inpres I Kisaran yaitu dengan menambah jam berdagang mereka. Awalnya banyak yang buka kios jam 08.00 sampai jam 18.00, namun karena belakangan ini sepi pembeli banyak juga pedagang yang menerapkan strategi dengan menambah jam berdagang dari jam 07.15 sampai jam 18.00. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fikry Maruly Tua yang menyatakan bahwa salah satu strategi adaptasi yang dilakukan pedagang tradisional yakni memperpanjang waktu usaha (Tua, 2016). Hal ini dikarenakan banyak pasar modern yang buka dari pagi hingga malam. Peneliti juga menemukan ada beberapa pedagang yang melakukan strategi adaptasi dengan mempromosikan barang dagangannya berbentuk foto maupun video melalui media sosial seperti facebook, instagram, tiktok, dan whatsApp. Pedagang juga membuat lokasi pasar saat mempromosikan barang

dagangannya. Hal ini dilakukan agar menarik pembeli untuk datang ke tokonya dan membeli barang dagangannya baik secara online maupun *offline*. Selain itu, ada juga pedagang yang kadang melakukan *live streaming* melalui facebook dan menunjukkan barang dagangan mereka kepada pemirsa facebook. Pedagang juga mulai menerapkan pembayaran via transfer jika dibutuhkan untuk memudahkan pelanggan.

Strategi promosi melalui media sosial terkadang juga mendapatkan hambatan. Hal ini dikarenakan banyak pedagang yang sudah usia lanjut sehingga tidak pandai untuk bersosial media. Berbeda dengan pedagang yang masih muda yang aktif bersosial media. Makanya perlu dilakukan literasi digital dan dukungan kebijakan untuk mempertahankan pasar tradisional agar tetap relevan di tengah perubahan zaman.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat di ambil kesimpulan bahwa banyak masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh pedagang pasar Inpres Kisaran seperti seperti pembeli yang menyebabkan para pedagang bingung mau mengisi barang atau tidak, area parkir yang sempit dan tidak memadai, pasar yang panas, pembeli yang menawar terlalu rendah jauh di bawah modal, serta masalah kecurangan-kecurangan yang menyebabkan mekanisme pasar tidak berjalan dengan baik. Kehadiran pasar modern seperti Irian dan Toko 35.000 sangat mempengaruhi jual beli Pasar Inpres Kisaran. Semenjak ada kedua pasar modern tersebut pendapatan pedagang menjadi menurun, padahal sebelumnya pendapatan mereka bisa dikatakan stabil. Pengaruhnya menurut mereka sekitar 50-70%. Banyak pembeli yang lebih senang berbelanja di pasar modern dikarenakan kenyamanan dan harganya adalah harga bandrol. Untuk strategi adaptasi yang diterapkan oleh para pedagang Pasar Inpres Kisaran dalam mempertahankan eksistensi mereka sebagai pedagang di Pasar Inpres Kisaran yaitu dengan

mempertahankan pelanggan, memberikan harga barang yang tidak terlalu mahal (mengambil untung sedikit), menambah jam berdagang, dan mempromosikan barang dagangannya lewat media sosial.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa rekomendasi dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait. Untuk pedagang Pasar Inpres I Kisaran sebaiknya tetap konsisten menerapkan strategi yang telah dilakukannya dalam mempertahankan eksistensinya dan menambah strateginya, serta tidak melakukan kecurangan-kecurangan yang menyebabkan terganggunya mekanisme pasar. Selain itu, untuk para pedagang senior harus melek teknologi agar bisa melakukan promosi digital secara sederhana. Untuk pemerintah sebaiknya menerapkan kebijakan yang dapat memberikan peran terhadap keberadaan pasar tradisional dan melakukan pemetaan terhadap fungsi pasar tradisional dan pasar modern. Selain itu pemerintah juga seharusnya memberikan perencanaan tentang banyaknya kios yang kosong mau digunakan dan dipakai untuk siapa. Pemerintah juga bisa memperbaiki blower (kipas angin pasar) agar pembeli tidak kepanasan saat berkunjung ke pasar Inpres Kisaran.

Untuk akademisi, penelitian lebih lanjut dapat memperluas subjek pada pedagang makanan, sayur-mayur, atau komoditas lain di pasar tradisional yang terdampak digitalisasi. Penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif juga dapat membandingkan tingkat pendapatan, loyalitas konsumen, atau tingkat adaptasi antara pedagang tradisional dan pelaku *e-commerce* lokal. Selain itu, perlu ada studi jangka panjang untuk melihat bagaimana strategi adaptasi berkembang seiring perubahan tren konsumsi dan kebijakan ekonomi.

## REFERENSI

- Duranti, A. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Faturochman, Saputra, N. R., Raditian, & Panorama, M. (2025). Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 6(1), 214–228. <https://doi.org/https://doi.org/10.36490/value.v6i1.1756>
- Fuad, M, D. (2006). *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pariaman. (2004). *Pasar Modern Vs Pasar Tradisional*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Rahmania, N. L. (2023). *Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi Pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk)*. IAIN Ponorogo.
- Rani, & Nila. (n.d.). *Wawancara*.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Roky, A., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tahwil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Gita Lentera.
- Saragih, R. (2014). *Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisonal Pasca Berdirinya Pasar Modern (Studi Deskriptif Pada Pedagang Pasar Swasembada Padang Bulan dan Pasar Tradisional Simpang Limun SM. Raja Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Susilowati, K. D. S. (2014). The Impact of Modern Market to Traditional Traders: A Case in Malang City Indonesia. *International Journal of Technical Research and Aplication*, 2(8), 38–44.
- Tua, F. M. (2016). *Eksistensi Pedagang Sembada (Studi Etnografi Mengenai Strategi*

*Adaptasi Pedagang Tradisional Pasar Sembada terhadap Kehadiran Carrefour dan Agen Pasar di Kota Medan). Universitas Sumatera Utara.*

Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53-65.