

## Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional Saat Pandemi Covid-19

Ismi Octaviani<sup>1</sup>, Abdul Haris Fatgehipon<sup>2</sup>, Sujarwo<sup>3</sup>

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, RT 11/RW 14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220, Indonesia

*E-Mail:* [ismioctv@gmail.com](mailto:ismioctv@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to determine the adaptation strategies used by traditional traders in Thamrin City when the Covid-19 pandemic uses the Adaptation Strategy theory approach by Edi Suharto. The methodology used is the qualitative approach with case study methods, data collection techniques by observation, interview, documentation, and field notes. The method used in data analysis is data reduction, data presentation, and conclusions or verification. This research was conducted on traders who made use of E-Commerce during the Covid-19 pandemic to make ends meet. The results of this study conclude that there are three adaptation strategies used by traders affected by the Covid-19 pandemic, including optimizing all available resources to increase income, minimize expenses, and utilize social network relationships. In addition, the results of the study concluded that social changes such as patterns of behavior in trading the Minangkabau traditional traders, because the support of modernization caused them to take advantage of E-Commerce when trading. The change occurred because the traders no longer get income just by relying on offline sales during the Covid-19 pandemic. So that the presence of E-Commerce becomes an opportunity for some traders to fulfill their daily needs.*

**Keywords:** Traders, Minangkabau, E-Commerce, Adaptation Strategies

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang tradisional di Thamrin City saat pandemi Covid-19 dengan menggunakan pendekatan teori Strategi Adaptasi oleh Edi Suharto. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini dilakukan pada pedagang yang memanfaatkan *E-Commerce* di saat pandemi Covid-19 demi memenuhi kebutuhan hidup. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada tiga strategi adaptasi yang digunakan oleh para pedagang yang terkena dampak pandemi Covid-19 diantaranya dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki untuk menambah penghasilan, meminimalisir pengeluaran, serta memanfaatkan hubungan jaringan sosial. Selain itu, hasil penelitian menyimpulkan bahwa terjadi perubahan sosial seperti pola perilaku dalam berdagang para pedagang tradisional suku Minangkabau, karena dukungan modernisasi menyebabkan mereka memanfaatkan *E-Commerce* saat berdagang. Perubahan tersebut terjadi karena para pedagang tidak lagi mendapatkan pemasukan hanya dengan mengandalkan penjualan secara *offline* di saat pandemi Covid-19. Sehingga

---

<sup>1</sup> Universitas Negeri Jakarta

<sup>2</sup> Universitas Negeri Jakarta

<sup>3</sup> Universitas Negeri Jakarta

kehadiran *E-Commerce* menjadi sebuah peluang bagi sebagian pedagang dalam memenuhi kebutuhan hidup.

**Kata Kunci:** Pedagang, Suku Minangkabau, *E-Commerce*, Strategi Adaptasi.

## PENDAHULUAN

Awal tahun 2020 dunia tengah dilanda wabah virus Corona atau Covid-19. Virus ini bagai teror besar bagi seluruh umat manusia, mulai dari negara maju hingga negara berkembang telah terjangkit virus yang kini telah ditetapkan oleh WHO sebagai pandemi.

Covid-19 yang terjadi menimbulkan kekhawatiran bagi seluruh masyarakat dunia, pasalnya virus yang menyebar memberikan dampak yang tidak sedikit di berbagai sektor. Bukan hanya dari segi kesehatan dan medis, perekonomian pun ikut terpukul akibat pandemi ini. Negara Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pasar ekonomi pun tidak dapat menghindari ancaman krisis ekonomi nasional akibat Covid-19.

Menurut KemenkopUKM sekitar 37.000 UMKM memberikan laporan terkena dampak serius akibat pandemi ini yang ditandai 56% penjualan menurun, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% pada permasalahan distribusi barang, dan 4% melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. (Pakpahan, 2020).

Masalah ini semakin serius, sejak ditetapkannya peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 tentang pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) meliputi pembatasan kegiatan penduduk di suatu wilayah yang diduga terinfeksi Covid-19 termasuk pembatasan terhadap pergerakan orang/barang dalam satu

provinsi atau kabupaten/kota. Selain itu, penerapan *physical distancing* yang berarti melakukan menjaga jarak satu meter dengan manusia lain hingga *Work From Home (WFH)* di Indonesia membuat aktivitas masyarakat di luar ruangan menjadi berkurang. Pembatasan ini juga mengharuskan fasilitas umum ditutup termasuk pusat perbelanjaan Thamrin City yang terletak di pusat Jakarta.

Sejak diterapkan kebijakan tersebut, mengakibatkan perekonomian menjadi melemah karena daya beli konsumen ikut menurun. Tidak sedikit pedagang yang kehilangan penghasilan dan harus gulung tikar akibat pandemi ini. Salah satu pedagang di Thamrin City yang terdampak adalah TR (46) merupakan pedagang asal Minangkabau yang telah berjualan di Thamrin City selama kurang lebih sepuluh tahun. Ia mengaku pendapatannya sudah mulai menurun sejak awal tahun 2020, ia juga pernah mengalami tidak memperoleh pemasukan akibat pandemi ini.

Thamrin City menjadi pusat perbelanjaan di tengah kota Jakarta dimana mayoritas pedagangnya berasal dari suku Minangkabau. Menurut Nasral Datuk Tan Magindo selaku ketua Ikatan Perantau Minangkabau di Thamrin City, jumlah pedagang di pusat perbelanjaan Thamrin City sekitar 1.200-an pedagang, sebanyak 80% merupakan pedagang berasal dari suku Minang.

Masyarakat Minangkabau merupakan salah satu suku di Indonesia yang kerap dilegitimasi

oleh masyarakat lain sebagai masyarakat yang “pandai berniaga”. Salah satu faktor penyebabnya karena sistem kekerabatan Matrilineal yang dianut oleh suku Minangkabau. Hal ini diperkuat melalui pendapat Tsuyoshi Kato seorang peneliti asal Jepang dan J.C Van Leur sejarawan terkemuka asal Belanda yang meneliti tentang Minangkabau, mereka sepakat bahwa sejak dulu jiwa berdagang telah melekat di diri orang Minangkabau dan kebiasaan merantau yang tidak dimiliki oleh semua suku bangsa di Nusantara. Menurutnya, jiwa kewirausahaan yang inovatif dan strategi yang mapan sudah mendarah daging dari diri pedagang Minangkabau. (Kato, 1980)

Dalam buku *Asal-Usul Elite Minangkabau Modern* menjelaskan bahwa orang Minangkabau sangat sadar terhadap identitas khas mereka. Sehingga masuknya dunia modern, tidak menggoyahkan rasa percaya diri dan juga tidak terjadi perubahan mendasar terhadap pandangan hidup mereka sebagai orang Minangkabau. (Graves, 2007)

Dalam berdagang tidak sedikit pedagang Minangkabau yang masih belum bisa mengikuti arus teknologi seperti penggunaan *E-commerce* karena masih memegang teguh nilai-nilai yang dianutnya, percaya terhadap keahlian berdagang yang dimiliki sejak lama, atau karena belum bisa menguasai IPTEK sepenuhnya.

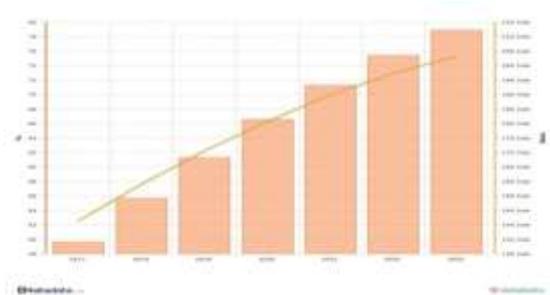
Kehadiran *E-Commerce* sudah tidak asing bagi sebagian masyarakat Indonesia, dengan *E-Commerce* pembeli dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi karena *E-Commerce* jenis pasar digital dengan mengandalkan internet dan gawai.

Riset yang dilakukan statistika bertema tren pengguna *E-commerce* 2017-2023 menunjukkan pertumbuhan pasar ekonomi digital atau *E-Commerce* di Indonesia diprediksi mengalami kenaikan.

**Tabel 1.1 Indeks Pertumbuhan Pasar Ekonomi Digital Indonesia**

Sumber: Databoks. Katadata.co.id, Tahun 2019.

Data menunjukkan tahun 2017 jumlah



pengguna *E-commerce* di Indonesia terus mengalami kenaikan. Dan tahun 2023 pengguna *E-commerce* di Indonesia diprediksi mencapai puncak dengan angka 212,2 juta jiwa atau sebesar 75,3%. Hal ini tidak lepas dari pola konsumsi masyarakat yang kian hari semakin berubah. Bagi sebagian masyarakat urban apalagi saat pandemi Covid-19, adanya terobosan baru dalam berbelanja *online* seperti *E-commerce* membantu untuk bekerja secara praktis, menghindari keramaian, menghemat waktu dan tenaga karena hanya bermodalkan gawai dan internet.

Namun dengan beberapa kemudahan dalam penggunaan *E-Commerce*, masih belum menjamin pedagang mampu beradaptasi dengan cepat. Pasalnya, masih ada pedagang yang masih belum bisa menguasai *E-Commerce*. Hal ini dapat mudah kita temukan pada kalangan pedagang tradisional suku Minangkabau di

Thamrin City dimana kebanyakan dari mereka masih mengandalkan penjualan secara *offline*.

Kondisi pedagang tradisional yang masih sulit untuk beralih ke internet ditambah kurangnya modal yang dimiliki tentu akan berpengaruh pada pemasukan yang akan didapatkan. Modal yang dimaksud bukan hanya modal ekonomi tetapi juga modal sosial bagaimana para pedagang memiliki strategi adaptasi demi mempertahankan usahanya.

Thamrin City dipilih sebagai lokasi penelitian karena Thamrin City merupakan pusat perbelanjaan batik dan pakaian muslim terbesar di Indonesia, selain itu Thamrin City merupakan salah satu pusat perbelanjaan dimana mayoritas pedagangnya bersuku Minangkabau. Thamrin City memiliki beberapa keunggulan, letaknya yang strategis dan fasilitas yang lengkap menjadikan Thamrin City sebagai trade mal favorit bagi warga JABODETABEK, luar pulau Jawa, bahkan di Asia Tenggara. Berdasarkan alasan-alasan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Oleh karena itu peneliti akan mengangkat permasalahan di atas dengan judul "*Strategi Adaptasi Pedagang Tradisional Suku Minangkabau dalam Memanfaatkan E-Commerce di Saat Pandemi Covid-19*"

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengapa tidak semua pedagang tradisional suku Minangkabau memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19?
2. Bagaimana strategi adaptasi pedagang tradisional suku Minangkabau di Thamrin City

dalam memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19?

## METODOLOGI

Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti memfokuskan pada strategi adaptasi yang digunakan pedagang di Thamrin City dalam memanfaatkan

*E-Commerce* saat pandemi Covid-19. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian itu sendiri yaitu: (a) Mengetahui penyebab pedagang tradisional suku Minangkabau di Thamrin City tidak memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19.

(b) Mengetahui strategi yang dipilih oleh para pedagang tradisional suku Minangkabau di Thamrin City dalam memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19.

Penelitian dilakukan di pusat perbelanjaan di Thamrin City tepatnya berada di Jalan K.H Mas Mansyur, kelurahan Kebon Melati, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat. Penelitian dilakukan dimulai bulan Maret 2020.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berkaitan bagaimana memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar yang ilmiah. (Seto Mulyadi, A.M Heru Basuki, 2019)

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan gambaran yang mendalam mengenai strategi yang digunakan pedagang tradisional suku

Minangkabau di Thamrin City dalam memanfaatkan *E-commerce* pada saat pandemi Covid-19. Dalam mengkaji kejadian yang ada di masyarakat peneliti menggunakan pendekatan yang sesuai dengan judul dan permasalahan yang dibahas yaitu menggunakan pendekatan kualitatif serta metode deksriptif dalam penelitiannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Faktor-Faktor Penyebab Pedagang Tradisional Suku Minangkabau Tidak Memanfaatkan *E-Commerce* Saat Pandemi Covid-19

#### a. Faktor Usia dan Kurangnya Skill dalam Penguasaan IPTEK

Data di lapangan menunjukkan bahwa penyebab pedagang di Thamrin City masih belum memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19 karena faktor usia dan kurangnya *skill* yang dimiliki dalam memanfaatkan IPTEK.

Walaupun saat ini perkembangan teknologi bisa diakses oleh siapapun. Akan tetapi, di beberapa aspek usia masih menjadi hambatan pedagang di Thamrin City masih belum memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19.

Salah satu informan yang berinisial Z (51) mengatakan bahwa saat menatap layar HP terlalu lama menyebabkan matanya akan terasa perih, dan pegal.

*“saya tidak terbiasa matanya kalau lihat layar HP lama langsung terasa perih dan berair. Namanya juga umur sudah tidak muda ya, pegang HP*

*sebentar langsung terasa sekali pegalnya” (hasil wawancara pribadi dengan informan ini pada tanggal 17 Juni 2020)*

Semakin bertambahnya usia, tidak menutup kemungkinan maka akan semakin menurunnya kualitas kinerja tubuh dan kesehatan. Hal ini dikarenakan usia yang tidak lagi muda, menyebabkan mereka akan mudah merasa lelah dan cenderung mudah terserang berbagai penyakit.

Sejalan dengan informan Z (51), informan R (49) juga masih belum memanfaatkan *E-Commerce* di saat pandemi Covid-19. Ia mengatakan lebih memilih memanfaatkan alternatif lain dibandingkan berdagang dengan memanfaatkan *E-Commerce*.

*“Saya pernah mencoba tapi nggak dilanjutin karena bagi saya penjualannya nggak menjanjikan. Saya juga tidak menguasai pangsa pasar di *E-Commerce* itu seperti apa, pokoknya ya nggak jalan.” (wawancara pribadi dengan informan R pada 17 Juni 2020)*

Alasan R (49) belum memanfaatkan *E-Commerce* karena menurutnya ia masih kurang memahami kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar berbasis internet. Menurut peneliti hal tersebut yang menyebabkan penjualannya melalui *online* menjadi kurang efektif sehingga manfaat yang didapatkan informan R juga dirasa masih belum maksimal.

#### b. Pekerjaan yang telah ditekuni sejak lama

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh para pedagang di

Thamrin City, lima dari lima orang pedagang mengaku mereka sudah menempuh waktu belasan hingga puluhan tahun dalam mendalami pekerjaannya sebagai pedagang tradisional. Seperti yang telah dilalui oleh informan Z (51) misalnya:

*“Kurang lebih ya kisaran memasuki 30 tahun menjadi pedagang kan sejak tahun 1991an yah, yah sudah cukup lama” (hasil wawancara pribadi dengan informan inti Z pada 17 Juni 2020)*

Selain itu, hal ini juga dialami oleh pedagang TR (46) yang ikut merantau karena ajakan kakaknya, ia juga telah menekuni pekerjaan menjadi pedagang sejak ia lulus SMA.

*“Mulai merantau itu kalau tidak salah ya tahun 1990an lah, sejak lulus SMA karena tidak punya biaya untuk lanjut kuliah jadi ikut kakak berdagang ke Jakarta” (wawancara pribadi dengan informan inti TR pada 16 Juni 2020)*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, para pedagang di Thamrin City telah merantau dan menjadi pedagang sejak mereka lulus pendidikan tingkat SMA.

Keterlibatan para pedagang dalam mendalami pekerjaannya dari sejak lama menjadi salah satu faktor penyebab pedagang tradisional belum memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19, apalagi pengalaman dan kemampuan berdagang sudah tertanam dalam diri mereka bahkan sejak usia mereka masih sangat belia.

Kemampuan yang dimiliki dalam berdagang tentunya

menjadi kelebihan tersendiri untuk orang yang memiliki profesi menjadi pedagang khususnya pedagang tradisional yang khas dengan mengandalkan keahlian berbicara dan kemampuan tawar-menawar. Seperti yang dialami oleh informan R (49)

*“Lagian kalau berdagang secara langsung gini rasanya sesuai dengan kemampuan saya yang suka mengobrol begini, jadi lebih mudah juga melakukan proses tawar menawar Rasanya kalau tidak seperti itu, ya seperti ada yang hilang saja dari dalam diri saya.” (wawancara pribadi dengan informan R pada 17 Juni 2020)*

Keahlian dalam menarik minat pembeli secara langsung merupakan kelebihan yang dimiliki oleh informan inti R dalam berdagang. Rasanya akan sangat sulit baginya untuk melakukan perubahan dalam pola berdagangnya. Selain itu, keahlian yang dimilikinya dalam memanfaatkan *E-Commerce* juga dirasa masih belum maksimal.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pekerjaan menjadi pedagang yang telah ditekuni sejak lama dan keahlian bersilat lidah yang dimiliki oleh pedagang menjadi salah satu faktor penghambat dari perubahan yang terjadi. Sebagian besar pedagang merasa kesulitan dalam menghadapi pola transaksi yang memanfaatkan internet, karena bagi mereka berdagang dan berinteraksi langsung dengan pembeli telah menjadi pola aktivitas dan kebiasaan yang telah mereka jalani selama belasan hingga puluhan tahun

## 2. Strategi yang Digunakan Pedagang Tradisional Suku Minangkabau dalam Memanfaatkan *E-Commerce* Saat Pandemi Covid-19

Dalam kehidupan sebagai makhluk yang hidup di muka bumi, manusia pasti tidak pernah terlepas dari permasalahan. Namun dibalik setiap permasalahan yang ada, manusia sebagai makhluk yang paling sempurna memiliki kelebihan untuk menyelesaikan masalahnya sendiri.

Permasalahan sederhana yang akan selalu dihadapi oleh manusia misalnya saja masalah perekonomian dan masalah sosial. Permasalahan tersebut dapat diatasi melalui inovasi dan upaya pemenuhan kebutuhan yang diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan perekonomian. Hal ini merupakan dasar dari perspektif “strategi adaptasi” tentang bagaimana manusia bisa menghadapi permasalahannya dengan memanfaatkan berbagai upaya dan potensi yang dimiliki.

### a. Strategi Aktif

Dalam strategi bertahan hidup untuk bisa makan dan minum manusia tentunya akan mengorbankan segala upaya dan usahanya dengan berbagai cara agar kebutuhannya dapat terpenuhi salah satu caranya yaitu dengan bekerja agar tetap mendapatkan penghasilan.

Terjadinya penurunan pendapatan, pemberhentian karyawan dan kondisi toko yang harus terpaksa tutup karena pemberlakuan PSBB oleh pemerintah dan pihak mal yang berjalan selama kurang lebih

tiga bulan, membuat para pedagang harus berputar otak dan melakukan berbagai cara agar barang mereka laku terjual dan dapat memenuhi kebutuhan pokok untuk keluarganya.

Sebagian para pedagang memanfaatkan *E-Commerce* demi terpenuhinya kebutuhan pokok. Seperti yang dilakukan oleh informan I (41). Ia mengaku sebelumnya belum pernah menggunakan *E-Commerce* secara rutin dan belum melakukan kegiatan berdagang di *E-Commerce* dengan serius seperti di waktu pandemi ini, karena sebelumnya ia hanya mengandalkan pemasukan di toko saja.

*“ada hikmahnya juga pandemi Covid-19 gini, kita tetap berpikir positif ambil baiknya karena kalo tidak Covid gini mungkin sampai saat ini saya dan istri tidak akan mencoba memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada”* (wawancara pribadi dengan informan inti I (41) pada tanggal 15 Juni 2020)

Pemasukan yang didapatkan oleh informan I (41) dapat membantu perekonomian rumahtangganya dalam memenuhi kebutuhan pokok apalagi di saat pandemi seperti ini, dalam satu hari ia pernah meraup laris hingga Rp. 2.000.000,- baginya hal itu sangat membantu kondisi keuangan yang sedang krisis.

Selain itu, informan R (36) menerapkan peningkatan kualitas dan pelayanan, mengutamakan kejujuran saat memanfaatkan *E-Commerce* sebagai strategi aktif agar dapat memperoleh penghasilan di saat pandemi Covid-19.

*“Keramahan dan kejujuran dalam bisnis itu yang utama. Tetap menghubungi pelanggan walau hanya dari rumah, pelanggan kan dari berbagai daerah. Nomor pelanggan disimpan dibuat grup via WhatsApp, melalui grup itu ya kami tawarkan barang baru dengan begitu kan adanya ketertarikan dan mengundang daya ingat pembeli apalagi kesan berbelanja yang ditinggalkan juga baik, dengan itu muncul rangsangan untuk membeli lagi di toko kami” (hasil wawancara dengan informan inti pada tanggal 16 Juni 2020)*

Dapat dibuktikan bahwa dengan membangun komunikasi yang aktif dengan pelanggan, menggunakan nilai kejujuran, dan pelayanan yang ramah merupakan strategi adaptasi yang dilakukan pedagang dalam memanfaatkan *E-Commerce* di saat Pandemi Covid-19.

Lain halnya dengan informan inti Z (51) dalam memanfaatkan potensi yang ada ia mengaku menitipkan barang dagangnya kepada temannya untuk dijual kembali ke daerah pinggiran kota seperti Bekasi, Bogor, dan Tangerang.

*“Karena di daerah kan masih bisa jualan, nggak kayak di Jakarta. Ibarat pepatah Minang “Tiado rotan aka pun jadi, tiado kayu janjang dikapiang” jadi selama berdagang kaki lima itu bawa barang kemana-mana. Dari selesai Shubuh udah jualan nanti tutup jam 10.00 pagi, nanti sore lanjut lagi dagang dari jam 15.00 sampe malam” (hasil wawancara dengan informan inti Z tanggal 17 Juni 2020)*

Ia juga mengaku turun berdagang ke pasar kaki lima seperti pasar kaget, pasar pagi dan pasar sore. Baginya berjualan di kaki lima cukup membantunya memenuhi kebutuhan hidupnya.

## **b. Strategi Pasif**

Dalam suatu keluarga pasti memiliki berbagai macam pengeluaran dan kebutuhan diantaranya seperti kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Namun bagi pedagang pengeluaran keluarga mereka bukan hanya mengenai pangan dan papan saja akan tetapi biaya operasional toko menjadi beban yang harus dibayar oleh pedagang agar tetap bisa melanjutkan usahanya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh kelima pedagang mengatakan bahwa mereka sangat keberatan dengan peraturan pembayaran *Service Cass* di masa pandemi yang harus ditanggung oleh para pedagang sedangkan selama kurang lebih tiga bulan toko sama sekali tidak beroperasi dan tidak mendapatkan pemasukan sama sekali.

*“Cuma sekarang yang menjadi beban adalah dari pengelola Thamrin City ini lampu dimatikan karena selama tiga bulan kan nggak dagang di toko jadi ga mampu bayar, kita bayar telat juga karena pemasukan berkurang tapi kita malah disuruh tetap bayar. Seharusnya kan jangan, karena yang nyuruh nutup itu pemerintah tapi service cass beserta denda tetap harus bayar. Sudah nggak enam juta kurang lebih sudah termasuk dendanya” (hasil wawancara pribadi dengan informan inti Z pada tanggal 17 Juni 2020)*

Menurut Z (51) pembayaran *service cass* yang dibebankan kepada pedagang dirasa sangat tidak adil, peraturan tetap harus membayar *service cass* beserta dendanya membuat para pedagang harus

berkorban lebih besar, sementara itu penjualan terus mengalami penurunan. Oleh karena itu beberapa pedagang melakukan strategi dalam meminimalisir pengeluaran uang khususnya dalam *manage* keuangan untuk biaya operasional toko. Seperti pengakuan R (36) sebagai berikut:

*“Ya tindakan pertama yang bisa saya lakukan, tidak menghubungi pemilik lebih dulu karena kan kalo kita menghubungi pemilik lebih dulu nanti dikiranya saya punya dana padahal kan tidak ada. Nah jadi saya hanya menunggu pemilik toko nelpn saya. Jadi nanti kalo pemilik nanya kenapa tidak menghubungi ya saya jawab karena kami belum cukup dana untuk membayar sewa toko. Dan si situ akan terjadi negosiasi, apabila diberikan keringanan akan kami lanjut uang sewa toko” (wawancara pribadi dengan informan inti R tanggal 16 Juni 2020)*

Menurut pedagang cara negosiasi dengan melakukan permohonan keringanan biaya sewa toko dengan pemilik toko merupakan hal yang harus dilakukan di saat pandemi Covid-19. Karena untuk membayar secara *full* biaya sewa toko di saat kondisi keuangan yang sangat jauh menurun bagi mereka sangat tidak memungkinkan. Oleh karena itu, mereka melakukan negosiasi sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir pengeluaran.

Saat pandemi pedagang melakukan berbagai strategi pasif dalam meminimalisir pengeluaran keluarga, mulai dari membiasakan hidup hemat dan tidak boros, hingga pada meminimalisir menu lauk pauk

Seperti yang dikatakan oleh informan R (49):

*“biasanya kita makan dengan daging ya makan dengan ikan, biasa dengan ikan ya dengan telur, kalo ngga telur jadi teri pokoknya serba dikurangin untuk saat ini yang penting bisa buat makan” (hasil wawancara pribadi dengan informan inti R pada tanggal 17 Juni 2020)*

### c. Strategi Jaringan

Manusia merupakan makhluk sosial. Dalam menjalankan kehidupan tentunya manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain disekitarnya. Oleh karena itu, tidak ada manusia yang tidak menjalin hubungan dan membangun komunikasi dengan manusia lainnya karena suatu saat nantinya mereka akan saling membutuhkan.

Strategi Jaringan merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan relasi atau hubungan dengan seseorang dan lingkungan sekitar.

Salah satu informan inti yang memanfaatkan jaringan sosial dalam menghadapi kondisi ekonomi di saat pandemi Covid-19 ini ialah Z (51).

*“Ya titip baranglah sama teman untuk bantu dijual lagi di daerah luar Jakarta, dijual ke Bekasi, Depok juga kemaren kemana gitu kan.” (hasil wawancara pribadi dengan informan inti Z pada 17 Juni 2020)*

Dalam menghadapi situasi seperti ini Z (51) memanfaatkan hubungan pertemanan yang keuntungannya dapat dirasakan oleh kedua belah pihak.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Faktor penyebab yang pedagang masih belum memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi Covid-19 yaitu; faktor usia dan kurangnya skill dalam penguasaan IPTEK, karena usia yang sudah tua cenderung para pedagang di atas 45 tahun akan mudah lelah. Selain itu, kurangnya *skill* dalam memanfaatkan *E-Commerce* saat pandemi juga menjadi penghambat para pedagang di Thamrin City.

Para pedagang tradisional suku Minangkabau di Thamrin City memiliki strategi adaptasi dalam mempertahankan kelangsungan hidup karena penurunan omset di saat pandemi Covid-19. Strategi yang dimiliki terdiri dari tiga, yaitu; strategi aktif, dalam strategi ini para pedagang melakukan pekerjaan sampingan, berdagang ke pinggiran kota beralih berjualan menggunakan *E-Commerce*, hingga meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Strategi pasif, para pedagang melakukan negosiasi untuk penurunan biaya sewa toko akibat pandemi Covid-19, meminimalisir biaya kebutuhan pokok. Strategi terakhir, yaitu strategi jaringan pedagang melakukan pinjaman kepada sanak saudara untuk terpenuhinya kebutuhan pokok, selain itu para pedagang juga memanfaatkan bantuan sosial dari pemerintah.

## REKOMENDASI

Bagi para pedagang tradisional untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik, dan terus belajar mengenai hal-hal baru dan peka terhadap perubahan yang terjadi. Misalnya, keinginan untuk belajar mengikuti arus teknologi yang semakin berkembang dan memanfaatkan teknologi sebagai ladang mencari nafkah melalui *E-Commerce*. Sehingga kehidupan pedagang diharapkan lebih sejahtera.

Bagi pengelola Thamrin City diharapkan memberi keringanan kepada pedagang terkait biaya operasional toko di Thamrin City melihat kondisi yang kian sulit karena pandemi Covid-19. Pengelola Thamrin City juga dapat mempromosikan barang dagangan para pedagang melalui situs atau web resmi Thamrin City secara rutin dan aktif seperti Instagram, Facebook sebagai media promosi untuk menggaet pembeli.

Kepada pemerintah, diharapkan konsisten dalam membuat regulasi dan lebih serius dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang saat ini. Bantuan sosial yang berasal dari pemerintah seharusnya bisa terealisasi secara merata. Selain itu, pemerintah bisa melakukan kerja sama dengan pihak bank untuk memberi bantuan dana darurat kepada para pedagang.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A, N. (1984). *Alam Takambang Jadi Guru: Adat dan Kebudayaan Minangkabau*. Jakarta: Graffiti Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*:

- Memilih diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar, P. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Graves, E. (2007). *Asal-Usul Elite Minangkabau Modern- Respons terhadap Kolonial Belanda Abad XIX/XX*. Jakarta: Yayasan OborIndonesia.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi (revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Naim, M. (2013). *Pola Migrasi Suku Minangkabau (3rd ed.)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.