

**SKRIPSI**

**PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI COVID-19  
DI PASAR LAKESSI KOTA PAREPARE  
(Studi Kasus Pedagang Grosir)**



**OLEH**

**NABILA LARASATI**

**NIM: 19.3500.021**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1445**

**PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI COVID-19 DI PASAR  
LAKESSI KOTA PAREPARE (Studi Kasus Pedagang Grosir)**



**OLEH**

**NABILA LARASATI**

**NIM: 19.3500.021**

Skripsi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Institute Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPAREPARE**

**2024 M/1445 H**

**PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI COVID-19 DI PASAR  
LAKESSI KOTA PAREPARE (Studi Kasus Pedagang Grosir)**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Program Studi**

**Sosiologi Agama**

**Disusun dan diajukan oleh**

**NABILA LARASATI  
NIM: 19.3500.021**

**Kepada**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1445 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perubahan Sosial Pasca Pandemi COVID-19 di Pasar Lakessi Kota Parepare (Studi kasus pedagang grosir)

Nama Mahasiswa : Nabila Larasati  
NIM : 19.3500.021

Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Dakwah

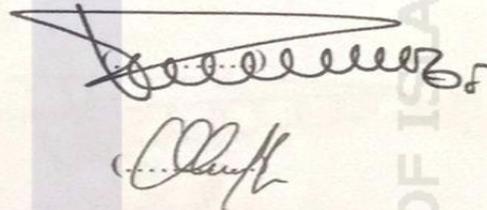
Program Studi : Sosiologi Agama

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
B-1029/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2023

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S.Ag.,M.Sos.I  
NIP : 197507042009011006

Pembimbing Pendamping : Mahyuddin, M.A.  
NIP : 199110312019031003

Disetujui oleh:



Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.  
NIP : 196412311992031045

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perubahan Sosial Pasca Pandemi COVID-19 di  
Pasar Lakessi Kota Parepare (Studi kasus  
pedagang grosir)

Nama Mahasiswa : Nabila Larasati

NIM : 19.3500.021

Program Studi : Sosiologi Agama

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas  
Ushuluddin Adab dan Dakwah  
B-1029/ln.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2023

Tanggal Kelulusan : 31 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I

(Ketua)

Mahyuddin, M.A.

(Sekretaris)

Mahammad Ismail, M.Th.I

(Penguji I)

A. Nurul Mutmainnah, M. Si

(Penguji II)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkadam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat dan karunianya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian/skripsi ini dengan judul “Perubahan Sosial Pasca Pandemi Di Pasar Lakessi Kota Parepare (studi kasus pedagang grosir) sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Sosiologi Agama (SA) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Katrinadan Bapak Ilyas Hamzah selaku orang tua yang telah membesarkan penulis dengan penuh keikhlasan, kesabaran, serta kasi sayang mereka memiliki peran yang besar dalam proses pertumbuhan, pengenalan lingkungan, penerapan sikap dan sifat sopan santun penulis, sehingga itu penulis mengucapkan banyak terima kasih. Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada saudara/saudari serta semua keluarga yang telah memberi dukungan, motivasi, serta doanya yang senantiasa menyertai, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Iskandar,S.Ag.,M.SOS.I dan Bapak Mahyuddin, M.A. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingannya yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M. Ag sebagaiRektor IAIN Parepare yang telahbekerjakerasmengelolapendidikan di IAIN Parepare.

2. Dr. A. Nurkidam, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Dr Iskandar, S.Ag. M. Sos. I selaku Wakil Dekan I Bidang AKKK, serta Dr. Nurhikmah, M. Sos. I selaku Wakil Dekan Bidang AUPK.
3. Bapak Abd. Wahidin M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama (SA) atas segala pengabdianya yang telah memberikan pembinaan, motivasi serta semangat kepada mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantumulaidari proses menjadimahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkaspemenuhan studi.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalankan studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada para pedagang grosir di Pasar Lakessi yang senang membantu dalam proses penyelesaian penulisan.
8. Kepada sahabat saya Dian Mutia dan Nurul hikmah yang senantiasa membantu dan menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka dan telah memberi semangat kepada penulis.

9. Teman-teman seangkatan Program Studi Sosiologi Agama (SA), dan teman seperjuangan yang senantiasa saling mendukung satu sama lain atas nama Egi nugrini
10. Terakhir, untuk diri sendiri yang mampu bertahan hingga pada titik ini dengan melewati proses yang menguras tenaga dan pikiran.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. Berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 23 Juni 2024

Penulis



**Nabila Larasati**  
NIM. 19.3500.021



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nabila Larasati  
NIM : 19.3500.021  
Tempat/Tgl. Lahir : Barru, 29 Maret 2001  
Program Studi : Sosiologi Agama  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Perubahan Sosial Pasca Pandemi COVID-19 Di Pasar Lakessi Kota Parepare (studi kasus pedagang grosir)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwas skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 23 Juni 2024  
Penulis

  
Nabila Larasati  
NIM. 19.3500.021

## ABSTRAK

**Nabila Larasati.** *Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi (Studi kasus pedagang grosir) Kota Parepare* (Dibimbing oleh Iskandar dan Mahyuddin)

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bentuk dan dampak perubahan sosial pasca pandemi dan mengetahui cara mengatasi perubahan yang dialami pedagang grosir di Pasar Lakessi Kota Parepare.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis penelitian field research dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu hasil observasi, wawancara kepada 12 informan yang berprofesi sebagai pedagang grosir di Pasar Lakessi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, teori perubahan sosial dan teori pilihan rasional. Teknik analisis data menggunakan analisis data reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Bentuk perubahan sosial pasca pandemi COVID-19 di Pasar Lakessi terdiri dari 2 yaitu perubahan yang tidak direncanakan dan evolusi. Perubahan yang tidak dikehendaki terlihat pada kondisi pandemi COVID-19 yang memaksa para pedagang untuk beradaptasi dengan teknologi dan para pedagang secara perlahan mengembangkan penjualan online. 2) Dampak perubahan terhadap pedagang pakaian grosir Pasar Lakessi yaitu, umumnya pembeli tidak lagi datang ke pasar untuk berbelanja langsung, melainkan beralih ke penjualan online. Dampaknya penghasilan pedagang menurun dan mendorong pedagang memperluas jaringan penjualan termasuk melalui media belanja online.

**Kata Kunci:** *Perubahan Sosial, Pasca Pandemi, Pedagang grosir*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN .....	xiv
<b>BAB IPENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori.....	12
1. Teori Perubahan Sosial.....	12
2. Teori Pilihan Rasional.....	18
C. Tinjauan Konseptual .....	20
1. Pandemi COVID-19 .....	20
2. Pasar Tradisional.....	21
3. Pedagang grosir dan UMKM .....	23
D. Kerangka Pikir .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	27
1. Lokasi Penelitian.....	27
2. Waktu Penelitian .....	27
C. Fokus Penelitian .....	27
D. Jenis dan Sumber Data .....	27
1. Jenis data .....	27
2. Sumber data .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	28
1. Metode Observasi .....	28
2. Wawancara.....	29

3. Dokumentasi..... 30

F. Uji Keabsahan Data ..... 30

G. Teknik Analisis Data..... 33

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 33**

A. Hasil Penelitian..... 33

    1. Bentuk Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi ..... 33

    2. Dampak Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi ..... 41

B. Pembahasan ..... 48

**BAB V..... 63**

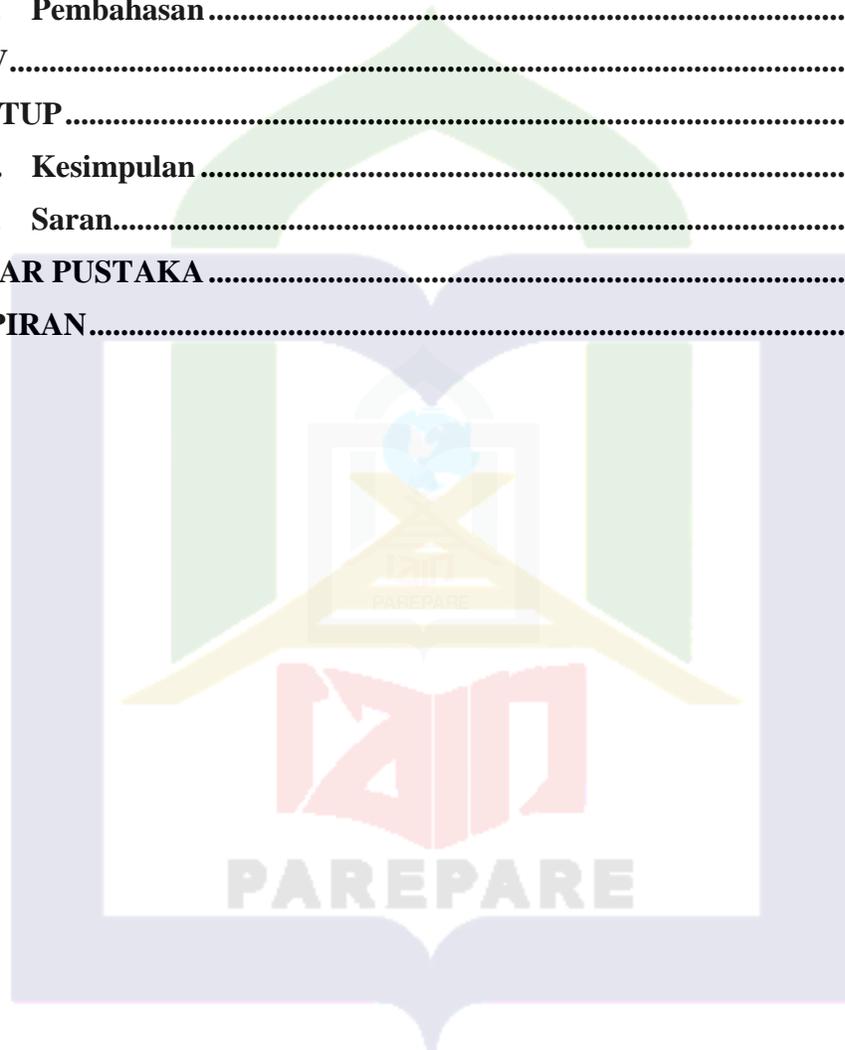
**PENUTUP..... 63**

A. Kesimpulan ..... 63

B. Saran..... 64

**DAFTAR PUSTAKA ..... 65**

**LAMPIRAN..... 67**



**DAFTAR TABEL**

No.	Judul Tabel	Halaman
-----	-------------	---------

2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Yang Relevan	11
3.1	Kerangka Pikir	25
4. 1	Informan Penelitian	<b>29</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1.	Surat Permohonan Izin Penelitian	Terlampir
2.	Surat Rekomendasi Penelitian	Terlampir
3.	Surat Izin Melaksanakan Penelitian	Terlampir
4.	Surat Keterangan Penelitian	Terlampir
5.	Pedoman Wawancara	Terlampir
6.	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
7.	Dokumentasi	Terlampir
8.	Riwayat Hidup Penulis	Terlampir

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(“).

## 1. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ:Kaifa

حَوْلَ: Haula

## 2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا/آي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وِ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

- Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Tamarbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍahal-jannah* atau *rauḍatul jannah*  
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnahal-fāḍilah* atau *al-madīnatulfāḍilah*  
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

### 4. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid (ّ)*, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*  
 نَجَّيْنَا : *Najjainā*  
 الْحَقُّ : *al-haqq*  
 الْحَجُّ : *al-hajj*      نَعْمُ : *nu‘ima*  
 عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf *sy* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*yi*), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

## 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 6. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau’</i>
سَيِّئَةٌ	: <i>syai’un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

## 7. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an*(dar

*Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fīzilālal-qur'an*

*Al-sunnahqablal-tadwin*

*Al-ibāratbi 'umum al-laḫlābi khusus al-sabab*

## 8. Lafzal-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *tamarbutahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Humfīrahmatillāh*

## 9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa māMuhammadunillārasūl*

*Inna awwalabaitinwudi 'alinnās ilalladhībīBakkatamubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhīunzilafihal-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

### *AbūNasral-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū*(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid Muhammad Ibnu)*

*NaşrḤamīdAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaşrḤamīd (bukan:Zaid, NaşrḤamīdAbū)*

## **B. Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahūwata ‘āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu ‘alaihi wasallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	ﷺ
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر

الخ = إلى آخرها / إلى آخره  
ج = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perubahan Sosial merupakan perubahan kehidupan masyarakat yang berlangsung terus-menerus dan tidak akan pernah berhenti, karena tidak ada satu masyarakatpun yang berhenti pada suatu titik tertentu sepanjang masa. Perubahan sosial terjadi karena adanya ketidak sesuaian di antara unsur-unsur sosial yang berbeda di dalam kehidupan masyarakat, sehingga menghasilkan pola kehidupan yang baru (berbeda dengan pola kehidupan sebelumnya). Perubahan sosial mencakup perubahan dalam nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, susunan lembaga kemasyarakatan, pelapisan sosial, kelompok sosial, interaksi sosial, pola-pola perilaku, kekuasaan dan wewenang, serta berbagai segi kehidupan masyarakat lainnya.<sup>1</sup>

Nilai-nilai dan juga norma sebelum adanya pandemi telah terbentuk sangat baik dalam masyarakat, dilihat dari orang-orang yang berkomunikasi secara langsung dengan baik dan juga sopan dengan orang lain menjadi salah satu contohnya. Namun, Pandemi ini menimbulkan cara masyarakat bersosialisasi menjadi berubah. Adanya virus COVID-19 dimana-mana menyebabkan masyarakat lebih enggan untuk melakukan komunikasi yang tidak mendesak atau penting. Pandemi ini menyebabkan timbulnya mindset baru pada kebanyakan masyarakat, seperti menjaga jarak, menghindari kerumunan, mengurangi mobilitas.<sup>2</sup>

Setiap manusia selama hidupnya pasti pernah mengalami perubahan-perubahan baik perubahan kehidupan yang lebih baik maupun kehidupan yang kurang baik. Perubahan akan terasa jika individu membandingkannya dengan susunan kehidupan saat ini dengan kehidupan yang lampau. Perubahan-perubahan pada masyarakat dapat

---

<sup>1</sup>Nur Djazifah ER,M.Si, *Proses Perubahan Sosial Di Masyarakat* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012).

<sup>2</sup>Luxy Pujo Sakti, Tri Sulistyarningsih, and Tutik Sulstyowati, "Perubahan Sosial Masyarakat Pandemi COVID-19 Di Kota Malang," *Administrasi Dan Kebijakan* 6, no. 2 (2021): 224.

mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku sosial, kelembagaan, kekuasaan dan kewenangan, interaksi sosial dan lain sebagainya. Kingsley Davis mengartikan perubahan sosial sebagai perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi masyarakat.<sup>3</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Ar- Ra'd /13:11.

اللَّهُ يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ  
بِقَوْمٍ مَّحْتَسِبِينَ ۗ وَإِن تَأْتِيهِمْ آيَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ فَيَقُولُ سَاءَ مَا اللَّهُ بِقَوْمٍ يُسُوءُوا ۗ فَمَا لَهُمْ مَّا لَمْ يَأْتِيهِمْ آيَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ يُؤْمِنُونَ

Terjemahannya :

Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.<sup>4</sup>

Ayat ini menjelaskan tentang perubahan sosial atau masyarakat yang berdasarkan pada sunatullah, yaitu perubahan yang berdasarkan hukum kemasyarakatan dan perubahan yang dilakukan oleh manusia. Perubahan yang berdasarkan hukum kemasyarakatan akan terjadi secara pasti, karena hal itu merupakan bagian dari sunatullah. Perubahan yang dilakukan manusia tentunya terletak pada keadaan manusia itu sendiri.

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan pada lapisan sosial masyarakat di Kota Parepare. Perubahan sosial ini terjadi sangat cepat sporadic atau secara tiba-tiba dan tidak merata, masyarakat pasrah akan apa yang terjadi pada mereka. Perubahan ini sangat tidak dikehendaki oleh masyarakat, yang memaksa

<sup>3</sup>Kingsley Davis, *Human Society* (New York: The Macmillian Company, 1994).

<sup>4</sup>Dr.KH.Zakky Mubarak, *Al-Quran Dan Perubahan Sosial* (Bandung: NU Jawa Barat, n.d.).

mereka untuk menerima perubahan akibat pandemi COVID-19, tentu ini dibangun masyarakat atas dasar kepentingan bersama untuk saling menjaga satu sama lain. Pada masa pandemi COVID-19 masyarakat tidak lagi melakukan kegiatan yang sifatnya kerumunan. Masyarakat cenderung mengikuti kebijakan pemerintah dan anjuran dari tokoh agama setempat, seperti kerja-kerja sosial keagamaan menggunakan protokol kesehatan dan membatasi jumlah warga yang berkumpul.<sup>5</sup>

Secara sosiologis, pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan sosial yang tidak terencana, yakni suatu perubahan sosial yang secara sporadic terjadi dan kehadirannya tidak diinginkan oleh masyarakat.<sup>6</sup> Pandemi telah memaksa masyarakat agar mampu beradaptasi dengan segala bentuk perubahan sosial yang diakibatkannya. Munculnya berbagai persoalan baru melahirkan dorongan transformasi sosial di masyarakat, termasuk pada kalangan pedagang. Masyarakat dipaksa untuk beradaptasi dengan gaya hidup baru yang dianggap mampu mengurangi resiko mereka terpapar penyakit ini dan dalam jangka panjang bisa membuat mereka bertahan hidup ditengah wabah tersebut. Hal ini dimulai dari cara bekerja yang berbeda, cara berbelanja yang berbeda, cara berinteraksi yang berbeda serta berbagai perubahan sosial lain yang di design khusus untuk membuat mereka bertahan.

Tidak dapat dipungkiri selalu terjadi perbedaan pandangan akan tatanan era new normal yang apabila dipandang dari pespektif sosial, berarti masyarakat harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial yang telah berjalan pasca pandemic COVID-19. Disisi lain, masih terdapat masyarakat yang mengalami *cultureshock* akan perubahan yang tercipta, hasil tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia terbisa menjalani pola hidup serta proses interaksi yang telah ada terdahulu, dengan berentuhan langsung secara fisik. Sehingga tantangan yang muncul pada era new normal akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Terlebih pasca pandemic COVID-19,

---

<sup>5</sup>Derry Ahmad Rizal and Moh. Syaiful Bahri, “Perubahan Perilaku Sosial Di Era Pandemi Pada Masyarakat Desa,” *Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat* 6, no. 2 (2020): 10.

<sup>6</sup>Ade Herawati, “Perubahan Sosial Masyarakat Di Masa New Normal (Analisis Menggunakan Perspektif Sosiologi Talcott Parsons),” *Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 228.

memunculkan kebiasaan baru serta mendorong kemampuan untuk mampu memanfaatkan dan menggunakan teknologi secara mandiri dalam kehidupan sehari-hari.<sup>7</sup>

Dampak yang dihasilkan dari pandemi COVID-19 sangatlah banyak, Namun, tidak hanya dampak negatif, ada pula beberapa dampak positif dari pandemi COVID-19 terhadap para pegiat usaha mikro, kecil, dan menengah atau biasa disingkat UMKM ini juga ada. Persiapan diri pada perkembangan teknologi energi baru yang dapat menciptakan sumberdaya murah, berlimpah, dan berkelanjutan. Skala dan luasnya inovasi teknologi merevolusi cara UMKM dalam berbisnis. UMKM mulai dapat mengeksplorasi bagaimana revolusi industri dapat mempengaruhi individu dan masyarakat. Namun, UMKM bisa melakukan langkah awal terlebih dahulu untuk menciptakan perubahan besar pada bisnis.<sup>8</sup>

Berdasarkan informasi pada tahun 2021, bahwa jumlah UMKM yang terdaftar pada Kementerian Koperasi dan UMKM Kota Parepare yakni sebanyak 2.200 UMKM. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, eksistensi pelaku UMKM di Kota Parepare terus mengalami pengurangan. Hal ini merupakan dampak dari adanya pandemi saat tahun 2019- 2021 yang membuat sustainabilitas para pelaku UMKM kurang. Para pelaku UMKM dapat menerapkan digital marketing dengan menjual berbagai macam produknya dalam lingkup internet (online).<sup>9</sup>

Para pelaku UMKM mengintegrasikan bisnisnya dengan digital marketing dengan meningkatkan pelayanan yang bermutu agar konsumen dapat menentukan preferensinya terhadap produk yang dijual, promosi penjualan yang berbasis online, dan strategi penentuan harga sesuai dengan kemampuan keuangan konsumen. Layanan online merupakan jenis penyajian layanan kepada konsumen untuk menjaga

---

<sup>7</sup>Andi Kumalarasi and Ernawati S. Kaseng, "Perubahan Sosial Masyarakat New Normal Pasca COVID-19," *Jurnal Presdestination* 5, no. 1 (2023): 82.

<sup>8</sup>Andi Amri, "Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia," *BRAND* 2, no. 1 (2020): 124.

<sup>9</sup>Fitriani et al., "Pengaruh Promosi Online, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Sustainabilitas UMKM Kuliner Di Kota Parepare Pasca Pandemi COVID-19 Dalam Perspektif Masalah," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 62.

konsumen tersebut atas preferensinya terhadap produk yang dipasarkan oleh UMKM. Dalam upaya menjaga keberlangsungan usahanya, pelaku UMKM di Kota Parepare harus memanfaatkan jaringan online sebagai wadah untuk memasarkan produknya.

Selain kualitas layanan online, yang dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keberlangsungan adalah strategi promosi penjualan yang berbasis digital atau online juga dapat diterapkan pada kondisi yang relevan saat ini. Promosi penjualan dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi.<sup>10</sup>

Proses terjadinya perubahan sosial diawali dari terciptanya atau munculnya kegiatan sebagai budaya dan peradaban baru yang memiliki makna membangkitkan semangat baru untuk menjadi manusia baru yang mengubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru. Wujudnya menciptakan kegiatan sebagai budaya dan peradaban baru, berarti membangkitkan semangat baru (*move on*) untuk menjadi manusia baru yang merubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru (*habit custom culture baru*).<sup>11</sup> Salah satu pekerjaan UMKM yang diangkat dalam judul penelitian ini adalah Pedagang Grosir di Pasar Lakessi Kota Parepare.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya tersebut memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya dimana pasar bukan hanya merupakan tempat kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja, namun juga salah satu perwujudan adaptasi masyarakat terhadap lingkungannya dimana masyarakat sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai kepuasan atas kekuasaan, kekayaan dan martabat. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya

---

<sup>10</sup>Fitriani et al.

<sup>11</sup>Rauf Hatu, "Perubahan Sosial Kultural Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik)," *Jurnal Inovasi* 8, no. 4 (2011): 2.

antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.

Perubahan sosial yang mereka alami adalah mengharuskan mereka untuk kreatif dalam persaingan bisnis, inovasi baik untuk meningkatkan efisiensi ataupun inovasi untuk memberikan pengalaman lebih kepada pelanggannya ditengah kurangnya pelanggan atau konsumen yang datang langsung ke Pasar Lakessi. Seperti yang peneliti lihat lokasi Pasar Lakessi terkhusus pedagang pakaian kini tidak seperti saat sebelum pandemi bahkan saat pasca pandemipun kini pasar sangatlah sepi, masyarakat kini terbiasa melakukan komunikasi lewat online bahkan buat berbelanja mereka lebih senang melalui transaksi online. Mereka merasa sangat dipermudah dengan aktivitas tersebut yang tidak mengharuskan mereka untuk berbelanja langsung ke pasar.

Pedagang grosir di pasar ini terdorong untuk tidak tinggal diam dengan para pedagang pakaian lainnya diluar pasar yang telah memanfaatkan internet sedari lama. Para pedagang grosir memanfaatkan media dengan menerapkan digital internet (online), menarik konsumen yang awalnya pelanggannya mulai berkurang akibat COVID-19, di mana kini mulai kembali pasca pandemi berkat bantuan media sosial.<sup>12</sup>

Berdasarkan hal tersebut dengan adanya perubahan sosial yang terjadi penulis ingin mengetahui bagaimana implikasi perubahan sosial terhadap dampak aspek sosiologi serta bagaimana dampak aspek sosial yang dirasakan pedagang grosir setelah adanya perubahan sosial karena perkembangan teknologi dan kebiasaan baru saat pandemi sampai saat setelah pasca pandemi tersebutlah yang akhirnya membuat perubahan adanya aktivitas jual beli yang mulanya dengan cara bertransaksi secara langsung bertatap muka antar penjual dan pembeli, kini para penjual dan pembeli lebih sering bertransaksi melalui virtual atau online dan dengan menganalisis dalam sosiologi apakah sesuai dengan sosiologi agama, Maka penulis mengadakan

---

<sup>12</sup>Wawancara, "Hasil Wawancara Informan Ulfa," 2024.

penelitian yang berjudul “Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi Kota Parepare (Studi kasus pedagang grosir)”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk perubahan sosial pasca pandemi di Pasar Lakessi?
2. Bagaimana dampak perubahan sosial terhadap Pedagang Grosir di Pasar Lakessi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk perubahan pasca pandemi di Pasar Lakessi.
2. Untuk mengetahui dampak perubahan sosial terhadap Pedagang grosir di Pasar Lakessi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka diharapkan kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis  
Peneliti berharap dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi atau menambah informasi kemungkinan dilaksanakan penelitian lebih lanjut tentang pandemi COVID-19 dan juga menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya sosiologi tentang perubahan sosial ekonomi pasca pandemi di pasar tradisional.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Penulis  
Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan

perubahan sosial ekonomi pasca pandemi yang terjadi ditengah masyarakat Pasar Lakessi.

b. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini, diharapkan akan menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya dan dapat memberikan tambahan referensi terhadap ilmu pengetahuan dan wawasan tentang perubahan sosial pasca pandemi sehingga mengungkapkan permasalahan dan menemukan solusinya.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka adalah suatu bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian, dapat berupa hasil atau bahan penelitian ringkas dari hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Pembahasan atau hasil penelitian tentang perubahan sosial ekonomi pasca pandemi dimuat dari berbagai riset, artikel, jurnal, dan hasil penelitian lainnya. Meskipun ada beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang ini. Adapun dalam penelitian relevan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya adalah yaitu sebagai berikut:

1. Jurnal yang ditulis oleh Andi Amri, Selaku Mahasiswa Universitas Hasanudin. Dengan judul *“Dampak COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia”*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi UMKM ditengah pandemi terus mengalami penurunan kapasitas, mulai dari kapasitas produksi hingga penurunan penghasilan.<sup>13</sup> Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan analisis deskriptif kualitatif pada penelitian. Adapun perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti saat ini adalah peneliti sebelumnya membahas mengenai bagaimana dampak COVID-19 bagi UMKM di Indonesia, Sedangkan peneliti saat ini membahas mengenai perubahan sosial yang dirasakan salah satu pekerja UMKM yaitu pedagang grosir di dalam pasar Lakessi Kota Parepare pasca COVID-19.
2. Skripsi yang ditulis oleh Dewi Munawaroh, selaku Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan judul *“Perubahan Sosial Ekonomi Pedagang Saat Pandemi Di Pasar IndukGadang Kota Malang*

---

<sup>13</sup> Abdurrahman Firdaus Thaha, ‘Dampak COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia’, *Jurnal;Brand*, 2.1 (2020), h.147

*Sebagai Sumber Pembelajaran IPS*".<sup>14</sup> Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang di Pasar Induk Gadang mengalami perubahan sosial ekonomi. Perubahan yang terjadi setiap pedagang berbeda-beda hal ini terjadi karena barang yang mereka jual dan kenaikan harga dagang yang berbeda-beda. Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas mengenai dampak yang ditimbulkan pasca pandemi didalam pasar tradisional antar pedagang dan sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti saat ini adalah peneliti terdahulu membahas mengenai perubahan sosial ekonomi yang dihadapi pedagang di pasar malang, Sedangkan peneliti saat ini membahas mengenai perubahan sosial yang dirasakan pedagang grosir di pasar Lakessi Kota Parepare.

3. Jurnal yang ditulis oleh Ira Megasyara, Suryani Yuli Astuti, Tatag Satria Praja, selaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Lamongan. Dengan judul "*Analisi Dampak Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat COVID-19*".<sup>15</sup> Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Masyarakat Kecamatan Paciran merupakan suatu masyarakat yang aktif dalam menghadapi pandemi COVID-19 yang terjadi di lingkungannya. Hal ini tentu didukung oleh modal pengetahuan masyarakat kecamatan Paciran yang memadai sehingga mereka mampu membangun kesadaran dan keputusan bersama dalam upaya pencegahan penularan virus COVID-19. Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas mengenai dampak yang

---

<sup>14</sup> Maulana Malik Ibrahim, 'Perubahan Sosial Ekonomi Pedagang Saat Pandemi di Pasar Induk Gadang Kota Malang Sebagai Sumber Pembelajaran IPS', (2022),h.83

<sup>15</sup> Ira Megasyara, Suryani Yuli Astuti, dan Tatag Satria Praja, 'Analisis Dampak Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat COVID-19', *Jurnal; Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18.2, (2021), h.139

ditimbulkan COVID-19 bagi masyarakat sehingga terjadi perubahan perilaku sosial. Adapun perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti saat ini adalah peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan pengambilan sampel warga paciran, Sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

**Tabel 2. 1 persamaan dan perbedaan penelitian yang relevan**

<b>Judul penelitian</b>	<b>Persamaan penelitian</b>	<b>Perbedaan penelitian</b>
Dampak COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia	Kedua Penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif pada penelitian.	Skop peneliti terdahulu menggunakan level nasional karena lokasinya di Indonesia, sedangkan penulis saat ini menggunakan level local karena berlokasi di Kota Parepare.
Perubahan Sosial Ekonomi Pedagang Saat Pandemi di Pasar Induk Gadang Kota Malang Sebagai Sumber Pembelajaran IPS	Kedua penelitian membahas dampak yang ditimbulkan pasca pandemi pada Pasar tradisional antar pedagang dan keduanya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	Peneliti terdahulu membahas Mengenai perubahan sosial ekonomi yang dihadapi Pedagang di Pasar Malang sebagai sumber pembelajaran IPS, Sedangkan peneliti saat ini membahas mengenai perubahan sosial yang dirasakan pedagang grosir di Pasar Lakessi Kota Parepare menurut perspektif sosiologi.
Analisi Dampak Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat COVID-19	adalah sama-sama membahas mengenai dampak yang ditimbulkan COVID-19	Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan pengambilan sampel warga paciran, Sedangkan, peneliti saat ini Menggunakan metode penelitian

	bagi masyarakat sehingga terjadi perubahan perilaku sosial.	Kualitatif analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan observasi, wawancara dan dokumentasi.
--	---	--

## B. Tinjauan Teori

### 1. Teori Perubahan Sosial

Istilah perubahan sosial (*social change*) merupakan salah satu terminologi yang menjadi inti studi sosiologi dimana dalam masyarakat baik dari tingkatan yang kecil sampai besar selalu bersentuhan dengan perubahan, tidak ada masyarakat yang tidak mengalami perubahan. Secara umum kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana masyarakat berubah dan berkembang dari waktu ke waktu. Menurut Herbert Spencer, perubahan sosial adalah proses evolusi yang alami dan tidak dapat dihindari dimana masyarakat berkembang dari bentuk yang sederhana dan homogen menjadi bentuk yang lebih kompleks dan heterogen. Dimana masyarakat mampu beradaptasi, bertahan dan berkembang.<sup>16</sup>

Perubahan dalam masyarakat adalah proses yang berkelanjutan, di mana setiap masyarakat secara alami mengalami transformasi seiring waktu. Namun, perubahan ini tidak bersifat seragam antar kelompok; setiap kelompok dapat mengalami perubahan dengan cara dan kecepatan yang berbeda. Soekanto menyatakan bahwa perubahan masyarakat dapat mempengaruhi berbagai aspek, termasuk nilai-nilai sosial, norma-norma, pola perilaku, struktur lembaga kemasyarakatan, kekuasaan, wewenang, serta interaksi sosial. Faktor-faktor ini saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain, mencerminkan dinamika yang kompleks dalam proses perubahan sosial. Dengan demikian, perubahan masyarakat melibatkan adaptasi dan modifikasi berbagai elemen sosial yang saling berinteraksi dalam konteks yang berbeda.<sup>17</sup> Pada teori ini sangat berkaitan juga dengan judul penelitian ini dimana perubahan sosial

<sup>16</sup>Mutmainnah, A. Nurul. "Perubahan Sosial dan Modernisasi." *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 5.2 (2015): 126-134.

<sup>17</sup>Rauf Hatu, Perubahan sosial Kultural Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik), (*Jurnal; Inovasi* Vol 8 No. 4, 2011), h. 2

yang ada dimasyarakat itu bisa saja berubah setiap waktu, sama halnya dengan masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang di pasar Lakessi Kota Parepare pada tahun 2019 telah terjadi penyebaran virus corona sehingga sangat berdampak pada proses jual beli barang karena harus mematuhi protokol kesehatan. Olehnya itu penjual dan pembeli secara tidak langsung mengalami perubahan dalam proses berintraksi seperti biasanya.

Proses perubahan sosial dimulai dengan kemunculan kegiatan atau budaya baru yang memicu semangat untuk mengubah kebiasaan lama menjadi yang baru. Inovasi ini dapat berupa penciptaan budaya dan peradaban yang sepenuhnya baru, atau penyesuaian terhadap elemen lama dalam bentuk yang baru (imitasi), atau pengembangan ide-ide orisinal (inovasi). Perubahan ini dapat mempengaruhi berbagai aspek sosial, termasuk norma-norma adat, norma kesusilaan, norma hukum, dan norma agama, yang berfungsi sebagai pola aturan perilaku (pattern for behavior). Akibat dari perubahan ini adalah terjadinya modifikasi dalam nilai-nilai budaya dan peradaban, di mana kebiasaan baru akhirnya membentuk pola perilaku yang menjadi norma baru dalam masyarakat. Perubahan ini, baik berupa inovasi yang benar-benar baru atau adaptasi dari elemen lama, mencerminkan dinamika terus-menerus dalam evolusi sosial dan budaya.<sup>18</sup>

Perubahan sosial adalah proses yang berlangsung terus-menerus dalam setiap masyarakat, dan tidak selalu terasa oleh masyarakat yang mengalaminya. Proses perubahan yang berlangsung perlahan dan hampir tidak disadari disebut evolusi. Sosiologi mengidentifikasi perubahan evolusi sebagai pergeseran masyarakat dari bentuk yang sederhana menuju bentuk yang lebih modern. Teori evolusi sosial yang dikemukakan oleh Auguste Comte berfokus pada perkembangan masyarakat melalui tahapan-tahapan evolusi yang ditandai dengan kemajuan dari struktur sosial yang sederhana menuju struktur sosial yang lebih kompleks dan modern. Comte menggunakan konsep-konsep dari biologi untuk menjelaskan perubahan sosial,

---

<sup>18</sup>Agus Suryono, *Teori strategi perubahan sosial*, (cet; 1, PT. Bumi aksara, 2019), h. 7

melihat masyarakat sebagai organisme yang berkembang melalui proses yang mirip dengan evolusi biologis, dengan tujuan akhir menuju bentuk masyarakat yang lebih terorganisir dan maju.<sup>19</sup>

Perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat atas beberapa bentuk sebagai berikut:

#### 1. Perubahan Evolusi dan Revolusi

Teori evolusi berpendapat bahwa perubahan sosial terjadi secara lambat dan bertahap dalam sistem masyarakat. Menurut teori ini, masyarakat mengalami perkembangan secara berkelanjutan dari tahap peradaban yang sederhana menuju tahap yang lebih kompleks. Proses ini berlangsung melalui perubahan bertahap di berbagai aspek sosial, ekonomi, dan budaya, di mana masyarakat secara bertahap mengadopsi struktur, norma, dan nilai yang lebih canggih seiring dengan kemajuan zaman. Evolusi sosial ini mencerminkan kemajuan dari bentuk masyarakat yang awalnya sederhana dan kurang terstruktur menuju bentuk masyarakat yang lebih terorganisir, kompleks, dan maju, sejalan dengan peningkatan kapasitas dan kebutuhan manusia dalam beradaptasi dengan lingkungan dan tantangan baru.

a. Perubahan evolusi adalah proses perubahan sosial yang terjadi secara lambat dan bertahap, tanpa adanya dorongan atau kehendak khusus dari masyarakat yang bersangkutan. Perubahan ini muncul secara alami sebagai respons terhadap kebutuhan dan tuntutan hidup yang berkembang seiring waktu. Misalnya, modernisasi seringkali memicu perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti sistem transportasi dan perbankan, karena masyarakat perlu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan perubahan ekonomi. Proses ini tidak terjadi secara tiba-tiba atau terencana, melainkan sebagai hasil dari adaptasi bertahap terhadap kondisi baru yang muncul, mencerminkan cara masyarakat secara organik bertransformasi untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan zaman.

---

<sup>19</sup>Nur Indah Ariyani, Okta Hadi Nurcahyono, *Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial*, (Jurnal; Analisa Sosiologi, Vol.3, No.1, 2014),h.7

b. Perubahan revolusi adalah perubahan sosial yang terjadi secara cepat dan mendalam, sering kali tanpa adanya perencanaan atau kehendak yang jelas dari masyarakat. Revolusi ini dapat terjadi baik sebagai hasil dari perencanaan yang disengaja maupun sebagai respons spontan terhadap kondisi yang memicu ketegangan atau konflik. Contohnya adalah revolusi industri di Inggris, yang mengubah sistem produksi dari metode tradisional yang bergantung pada tenaga manusia dan hewan menjadi metode yang didorong oleh mesin-mesin industri. Perubahan ini terjadi dengan cepat dan radikal, mencerminkan pergeseran besar dalam cara produksi dan struktur ekonomi yang mengubah lanskap sosial dan industri secara keseluruhan. Revolusi biasanya menandai titik balik signifikan dalam perkembangan masyarakat, sering kali diwarnai oleh ketegangan sosial dan konflik yang mendorong transformasi yang dramatis.

2. Perubahan yang Dikehendaki dan Tidak Dikehendaki perubahan yang dikehendaki ialah disebut dengan perubahan yang direncanakan dan perubahan yang tidak dikehendaki disebut perubahan yang tidak direncanakan.

a. Perubahan yang direncanakan terjadi ketika ada pihak-pihak tertentu, atau agen perubahan, yang merancang dan memutuskan untuk melaksanakan perubahan tersebut. Proses ini melibatkan perencanaan yang matang dan strategi untuk mencapai tujuan perubahan yang diinginkan.

b. Perubahan yang tidak direncanakan terjadi tanpa adanya kehendak atau pengawasan dari masyarakat, sering kali menyebabkan dampak negatif dan pertentangan. Perubahan ini muncul secara tiba-tiba dan tidak dapat dihindari oleh masyarakat yang bersangkutan. Contohnya adalah kecenderungan untuk mempersingkat prosesi adat pernikahan yang memerlukan biaya dan waktu yang besar. Meskipun perubahan ini mungkin tidak diinginkan oleh masyarakat, mereka terpaksa mengikutinya karena faktor-faktor seperti biaya yang tinggi dan waktu yang terbatas, yang membuat mereka sulit untuk mempertahankan tradisi seperti semula.

3. Perubahan sosial dapat dikategorikan sebagai perubahan kecil atau besar, dengan batasan yang relatif dan tergantung pada dampaknya terhadap masyarakat.

Perubahan kecil merujuk pada modifikasi yang terjadi pada elemen-elemen struktur sosial yang tidak membawa pengaruh signifikan, seperti perubahan dalam model pakaian atau gaya rambut, yang tidak memengaruhi lembaga kemasyarakatan secara luas. Sebaliknya, perubahan besar terjadi pada unsur-unsur struktur sosial yang memiliki dampak langsung dan signifikan, seperti pengenalan alat pertanian modern seperti traktor di masyarakat agraris, yang mengubah cara produksi dan struktur ekonomi secara mendalam. Perubahan sosial budaya sering kali dipicu oleh adanya elemen baru yang menggantikan atau membuat elemen lama tidak lagi berfungsi secara efektif, menyebabkan transformasi yang signifikan dalam cara hidup dan struktur sosial.<sup>20</sup>

Konsep perubahan sosial budaya sering menjadi topik perdebatan dalam sosiologi dan antropologi karena adanya perbedaan perspektif dalam analisisnya. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah teori fungsionalisme struktural, yang dipelopori oleh Emile Durkheim. Dalam perspektif ini, masyarakat dipandang sebagai suatu organisme sosial yang memiliki realitas sosial dan berfungsi sebagai kesatuan yang utuh. Durkheim berargumen bahwa masyarakat terdiri dari berbagai bagian yang saling bergantung, dengan setiap bagian memiliki peran dan fungsi tertentu yang harus dipenuhi agar masyarakat dapat berfungsi dengan baik dan bertahan. Perubahan sosial budaya, dalam pandangan ini, terjadi sebagai respons terhadap kebutuhan untuk menyesuaikan fungsi-fungsi sosial agar tetap sejalan dengan kebutuhan dan perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Dengan kata lain, perubahan dianggap sebagai mekanisme untuk mempertahankan keseimbangan dan kelangsungan hidup masyarakat dalam konteks yang selalu berubah.<sup>21</sup>

Perubahan sosial yang tidak dikehendaki adalah perubahan yang terjadi secara spontan dan di luar kendali masyarakat, sering kali menimbulkan akibat sosial yang tidak diinginkan dan merugikan. Contohnya termasuk perubahan yang disebabkan

---

<sup>20</sup> Baharuddin Baharuddin, *Bentuk-Bentuk Perubahan Sosial Dan Kebudayaan*, (Jurnal; Dakwah, Vol 9, No 2, 2015)

<sup>21</sup> Rauf Hatu, *Perubahan Sosial Kultural Masyarakat Pedesaan* (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik), (Jurnal; Inovasi, Vol.8, No. 4, 2011), h. 3

oleh bencana alam atau krisis ekonomi, di mana dampaknya tidak dapat diprediksi atau dikendalikan oleh masyarakat. Sebaliknya, perubahan sosial yang dikehendaki adalah perubahan yang direncanakan dan diatur oleh masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu, seperti reformasi kebijakan atau inovasi budaya. Perubahan ini dapat merespons perubahan sebelumnya, baik yang diinginkan maupun yang tidak diinginkan, dan bertujuan untuk memperbaiki atau menyesuaikan keadaan. Konsep ini tidak hanya melibatkan apakah perubahan tersebut diharapkan atau tidak oleh masyarakat, tetapi juga mempertimbangkan apakah perubahan tersebut merupakan hasil dari upaya sadar dan terencana atau terjadi secara otomatis tanpa perencanaan.<sup>22</sup>

Menurut Selo Soemardjan, perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi pada masyarakat yang mengakibatkan terjadinya perubahan struktur dan konsep sosial. Perubahan sosial dapat mencakup perubahan dalam pola perilaku, struktur organisasi, nilai-nilai, sistem nilai, dan konsep-konsep sosial.<sup>23</sup>

Perubahan sosial adalah fenomena universal yang terjadi di semua masyarakat, dan dapat dijelaskan melalui berbagai pendekatan teori ilmu sosial. Proses perubahan sosial, sering disebut sebagai "*change in the social system*," melibatkan modifikasi dalam struktur dan dinamika masyarakat. Tingkat keterbukaan dan perkembangan sosial, ekonomi, serta budaya suatu masyarakat memengaruhi sejauh mana perubahan ini terjadi dan cakupannya. Misalnya, masyarakat yang lebih terbuka dan berkembang mungkin mengalami perubahan yang lebih besar dan cepat dibandingkan masyarakat yang lebih tertutup atau kurang berkembang. Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan sosial dapat mencakup kemajuan teknologi, perubahan ekonomi, konflik sosial, serta evolusi budaya. Perbedaan dalam aspek perubahan sosial ini mencerminkan kompleksitas dan dinamika yang bervariasi di setiap masyarakat,

---

<sup>22</sup> Prof. Dr. Soerjono Soekanto, Dra. Budi Sulistyowati, M.A., Sosiologi Suatu Pengantar (Cet; 48, Jakarta: Rajawali Pers, 2017)

<sup>23</sup> Muhammad Iqbal Birsyada, Social Change In Yogyakarta: Past and Now a Selo Soemardjan Perspective, (Cet; 1, Yogyakarta, 2018)

tergantung pada kondisi dan kesiapan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan.<sup>24</sup> Olehnya itu perubahan sosial adalah segala perubahan pada nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok masyarakat.

## 2. Teori Pilihan Rasional

Menurut Coleman, sosiologi tidak hanya berfungsi sebagai latihan akademis, tetapi harus memiliki dampak praktis terhadap kehidupan sosial melalui intervensi yang berdasarkan teori sosial. Dalam pandangan Coleman, teori sosial harus mampu mempengaruhi dan memperbaiki kondisi sosial nyata. Ia juga menekankan pentingnya analisis fenomena pada tingkat mikro, yaitu interaksi antar individu, yang sering kali merupakan hasil dari dinamika sistem yang lebih besar. Artinya, interaksi individu dapat dipengaruhi oleh fenomena sistemik yang tidak selalu direncanakan atau diprediksi oleh individu itu sendiri. Dengan demikian, sosiologi harus mempertimbangkan bagaimana fenomena pada tingkat sistem mempengaruhi perilaku dan hubungan di tingkat individu, serta bagaimana teori sosial dapat diterapkan untuk memahami dan mengatasi isu-isu sosial yang kompleks.<sup>25</sup>

Menurut Ritzer, RCT bermula dari gagasan Max Weber yang menyatakan bahwa tindakan sosial seseorang dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu Zweck rational (tindakan sosial murni, berdasarkan Wert rational (tindakan berdasarkan keyakinan atau nilai-nilai absolut); Affectual (tindakan yang didasarkan pada dorongan emosional) dan Traditional (tindakan sosial yang berdasarkan dorongan tradisi masa lampau). Inti pemikiran Weber inilah yang selanjutnya menjadi dasar bagi pengembangan RCT yang lahir kemudian. Adapun gagasan utama RCT adalah perilaku sosial dapat dijelaskan lewat perhitungan “rasional” yang dilakukan individu dalam konteks pilihan-pilihan yang mereka buat dalam kehidupan sehari-hari . Atau

---

<sup>24</sup> Sulaiman Asang M. Tahir Kasnawi, ‘Konsep dan Pendekatan Perubahan Sosial’ Jurnal Ipep, 44.39 (2014)

<sup>25</sup> James S. Coleman, *Dasar-dasar Teori Sosial Foundation of Sosial Theory* (Bandung: Nusa Media, 2013), h. 7

dengan kata lain, individu adalah agen rasional yang hanya berusaha memaksimalkan kepentingannya.<sup>26</sup>

Meskipun teori pilihan rasional memengaruhi perkembangan teori pertukaran, teori itu secara umum marginal bagi teori sosiologis arus utama. James S. Coleman karena alasan yang satu pada 1989 Coleman mendirikan suatu jurnal, *rationality and society*, yang dibangkitkan untuk penyemaian karya dari suatu perspektif pilihan rasional. Coleman mengakui bahwa di dalam dunia nyata orang tidak selalu berperilaku secara rasional, tetapi dia merasa bahwa hal tersebut tidak begitu berpengaruh di dalam teorinya.<sup>27</sup>

Teori pilihan rasional berfokus pada tindakan individu yang dianggap rasional, di mana setiap aktor membuat keputusan berdasarkan tujuan tertentu yang dipengaruhi oleh nilai atau preferensi mereka. Menurut Coleman, orientasi teori ini menyatakan bahwa individu bertindak secara sengaja untuk mencapai tujuan, dengan tujuan tersebut dibentuk oleh nilai-nilai dan pilihan mereka. Coleman juga mengadopsi ide dari ekonomi yang menekankan bahwa aktor memilih tindakan yang memaksimalkan kegunaan atau kepuasan mereka. Dalam teori pilihan rasional, aktor dianggap sebagai entitas yang memiliki tujuan jelas dan bertindak untuk mencapainya, dengan keputusan mereka didasarkan pada pertimbangan tentang bagaimana memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka secara efektif. Dengan kata lain, tindakan individu dilihat sebagai upaya strategis untuk mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan pilihan dan nilai yang ada, menjadikan teori ini berfokus pada bagaimana aktor membuat keputusan dalam konteks mencapai tujuan mereka.<sup>28</sup>

Menurut Max Weber, tindakan rasional melibatkan pertimbangan sadar dan pemilihan yang terukur sebelum tindakan itu dilakukan. Weber menjelaskan bahwa tindakan rasional dimulai dari proses pemilihan yang didasarkan pada pertimbangan rasional, di mana individu mempertimbangkan berbagai opsi dan memilih tindakan

---

<sup>26</sup> George Ritzer, 'Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda', (Cet.: 12, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.37

<sup>27</sup> George Ritzer, 'Teori Sosiologi', (Cet. 47, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h.762

<sup>28</sup> Coleman....h, 213

yang paling sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Salah satu jenis tindakan sosial yang dibedakan oleh Weber adalah tindakan rasionalitas instrumental (Zweckrationalität), di mana seseorang melakukan tindakan berdasarkan analisis rasional terhadap tujuan yang hendak dicapai dan alat atau sumber daya yang tersedia untuk mencapainya. Dalam konteks ini, tindakan dianggap rasional jika individu secara sadar memilih metode atau strategi yang paling efektif untuk mencapai tujuan mereka, dengan mempertimbangkan efisiensi dan kegunaan alat yang digunakan.<sup>29</sup>

Menurut Scott, pendekatan yang dikenal sebagai Rational Choice Theory (RCT) menganggap bahwa tindakan manusia bersifat rasional, meskipun sosiolog sering melihat tindakan rasional sebagai salah satu dari berbagai bentuk tindakan yang melibatkan elemen rasional dan non-rasional. RCT awalnya sangat memengaruhi analisis ekonomi dan kemudian diadopsi oleh berbagai disiplin ilmu seperti sosiologi, psikologi, ilmu politik, dan humaniora. Pendekatan ini memiliki sejarah panjang dalam sosiologi, dimulai dari pemikiran Max Weber yang menekankan rasionalitas sebagai dasar penjelasan sosiologis. Pada tahun 1980-an, RCT mulai muncul lebih jelas dalam sosiologi, dengan James Coleman sebagai salah satu tokoh paling berpengaruh yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan dan penerapan teori ini dalam analisis sosial.<sup>30</sup>

### **C. Tinjauan Konseptual**

#### **1. Pandemi COVID-19**

Pandemi adalah sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, menyerang banyak orang di berbagai wilayah secara luas. Berbeda dengan epidemi yang hanya menunjukkan peningkatan tiba-tiba jumlah kasus penyakit dalam populasi tertentu, pandemi menggambarkan seberapa luas penyebaran penyakit tersebut. COVID-19, atau Penyakit Coronavirus 2019, adalah contoh dari pandemi yang pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, China. Penyakit ini

---

<sup>29</sup> Vivin Devi Prahesti. (2021), Analisis Tindakan Sosial Max Weber. (Jurnal; Studin Islam), Vol 13 Nomor 2, h. 139.

<sup>30</sup> Scott John, 'Rational Choice Theory', (Cet: 1, Psychology, 2014), h.128.

disebabkan oleh virus SARS-CoV-2, dan gejalanya bervariasi antara individu, namun umumnya termasuk kesulitan bernapas, demam, sakit kepala, serta hilangnya indra penciuman dan perasa. Penyebaran COVID-19 yang cepat ke seluruh dunia disebabkan oleh kemampuannya untuk menular melalui udara, terutama melalui tetesan dan partikel yang dilepaskan saat orang yang terinfeksi bernapas, berbicara, batuk, atau bersin.<sup>31</sup>

Sebagai makhluk sosial, manusia berinteraksi secara langsung, yang meningkatkan risiko penyebaran pandemi seperti COVID-19 dengan cepat. Untuk mengatasi penyebaran ini, pemerintah menerapkan aturan karantina kewilayahan atau lockdown. Menurut Mahfud, karantina kewilayahan diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan, dengan tujuan membatasi perpindahan dan kerumunan orang serta mengurangi gerakan demi keselamatan bersama. Sebagian besar orang yang terinfeksi COVID-19 mengalami gejala pernapasan ringan hingga sedang, namun beberapa kasus dapat menyebabkan kesulitan bernapas dan kematian. Virus ini dapat sembuh dengan sendirinya karena imunitas tubuh, tetapi orang tua, terutama mereka dengan kondisi kesehatan seperti diabetes, penyakit pernapasan kronis, atau kanker, lebih rentan terhadap infeksi dan komplikasi yang lebih berat.<sup>32</sup>

## 2. Pasar Tradisional

Pasar, dalam pengertian konkret, adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam pembahasan ekonomi, pasar biasanya ditekankan pada proses jual beli yang bersifat formal dan terstruktur. Pasar memegang posisi sentral dalam perekonomian, berfungsi sebagai arena pertukaran di mana pembeli dan penjual bertemu untuk memenuhi kebutuhan atau memperoleh keuntungan. Para ekonom sering melihat pasar sebagai mekanisme abstrak untuk pertukaran barang dan penetapan harga. Namun, pasar juga memiliki dimensi sosial

---

<sup>31</sup>Emik Pattanang, Dkk, *Perencanaan Pelaksanaan Pembelajaran Tatap Muka Di Masa Pandemi Pada Smk Kristen Tagar*, (jurnal ; Manajemen Pendidikan, Vol. 10, No. 2, 2021),h.114

<sup>32</sup>Matdio Siahaan, *Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, (jurnal ; Kajian Ilmiah, Vol. 1, No.1, 2020), h. 74

sebagai lembaga yang terstruktur. Menurut Weber, interaksi dalam pasar dimulai dengan perjuangan dan persaingan antara berbagai aktor yang pada akhirnya berkembang menjadi proses tukar menukar, menciptakan struktur sosial dan dinamika dalam aktivitas pasar.<sup>33</sup>

Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam konteks ekonomi, pasar lebih difokuskan pada proses jual beli yang bersifat formal dan terstruktur. Pasar memainkan peran sentral dalam perekonomian, berfungsi sebagai arena pertukaran di mana pembeli dan penjual berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan atau memperoleh keuntungan secara individu. Para ekonom sering melihat pasar secara abstrak sebagai mekanisme untuk pertukaran barang dan penetapan harga. Namun, pasar juga berfungsi sebagai lembaga sosial dengan struktur sosialnya sendiri, mencerminkan interaksi dan hubungan antara berbagai aktor dalam proses ekonomi.<sup>34</sup>

Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa pasar berfungsi sebagai tempat untuk menampung hasil produksi dan menjualnya kepada konsumen yang membutuhkannya. Pasar muncul sebagai solusi untuk masalah "double coincidence of wants," yaitu kesulitan yang terjadi ketika dua pihak harus memiliki kebutuhan yang saling sesuai untuk dapat melakukan pertukaran. Dengan adanya pasar, proses tukar-menukar menjadi lebih efisien karena pasar menyediakan platform di mana berbagai produk dan jasa dapat diperjualbelikan, memudahkan pertemuan antara penjual dan pembeli yang mungkin tidak memiliki kebutuhan yang cocok secara langsung. Dengan kata lain, pasar memfasilitasi pertukaran yang sebelumnya sulit dilakukan dengan menciptakan mekanisme untuk memenuhi kebutuhan berbagai pihak secara lebih terstruktur.<sup>35</sup> Olehnya itu dapat diketahui bahwa pasar menjadi salah satu tempat transaksi antara penjual dan pembeli serta sebagai tempat pendapatan masyarakat

---

<sup>33</sup>Nur Indah Ariyani, Okta Hadi Nurcahyono, Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial, (*Jurnal*; Analisa Sosiologi, Vol.3, No.1, 2014),h.4

<sup>34</sup>Nur Indah Ariyani, Okta Hadi Nurcahyono, Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial, (*Jurnal* ; Analisa Sosiologi, Vol. 3, No.1, 2014), h. 4

<sup>35</sup>Ain Rahmi, Mekanisme Pasar dalam Islam, (*Jurnal* ; Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 2, 2015), h.178.

khususnya yang berprofesi sebagai pedagang. Dengan adanya pasar tersebut, akan sangat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

### 3. Pedagang grosir dan UMKM

Usaha grosir adalah sebuah usaha yang banyak diminati saat ini semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada pihak yang membeli untuk dijual kembali atau pemakaian bisnis. Pedagang grosir berfungsi sebagai perantara penting dalam rantai pasokan, menghubungkan produsen dengan pasar konsumen akhir. Pedagang grosir biasanya tidak terlibat dalam penjualan kepada konsumen akhir, sebaliknya, mereka fokus pada distribusi barang dalam volume besar kepada pengecer yang akan menjual barang tersebut kepada konsumen individu.<sup>36</sup>

Dalam usaha grosir, harga memainkan peran krusial dalam menentukan supply chain. Perubahan kecil dalam harga dapat secara signifikan mempengaruhi tingkat pembelian barang, karena konsumen dan pengecer sering kali sangat sensitif terhadap harga. Faktor-faktor dalam value chain, seperti pemasok, logistik, dan distribusi, tidak dapat berdiri sendiri; semuanya harus saling mendukung untuk mencapai kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Persaingan antar pemasok di dunia grosir sangat ketat, sehingga penting untuk mempertimbangkan standar pemilihan pemasok cadangan. Salah satu kriteria utama adalah memastikan harga pemasok cadangan mendekati harga dari pemasok utama. Hal ini membantu menjaga konsistensi harga dan kualitas, serta meminimalkan risiko gangguan dalam supply chain.<sup>37</sup>

Pedagang grosir dapat dikategorikan dalam tiga kelompok utama: pedagang grosir, agen dan makelar, serta cabang dan kantor penjualan produsen. Kelompok terbesar di antara pedagang grosir adalah pedagang grosir tradisional, yang menyumbang sekitar 50% dari keseluruhan pedagang grosir. Pedagang grosir ini terdiri dari dua tipe utama: pedagang grosir pelayanan penuh dan pedagang grosir

---

<sup>36</sup>Widiasari, Susi, and Fath Ervan Zulfa. "Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam." *Jurnal Al-Hikmah* 8.2 (2020).

<sup>37</sup>Anas Ismail, 'Peran Value Chain Pada Pedagang Grosir Dalam Hubungannya Strategi Pemasaran', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17.1 (2013), h.1-8

pelayanan terbatas. Pedagang grosir pelayanan penuh menyediakan berbagai layanan komprehensif, termasuk penyimpanan, pengiriman, dan dukungan pemasaran, untuk memenuhi kebutuhan pemasok dan pelanggan mereka secara menyeluruh. Sebaliknya, pedagang grosir pelayanan terbatas menawarkan layanan yang lebih spesifik dan terbatas, seringkali fokus pada fungsi tertentu seperti distribusi atau transaksi jual beli tanpa memberikan layanan tambahan yang lebih lengkap.<sup>38</sup>

Kelompok usaha mikro adalah produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dalam Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Ayat 3 Tahun 2008 dan memenuhi kriteria, sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan lokasi usaha,
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 3000.000.000. selain itu juga peran UMKM adalah sebagai penyedia barang dan jasa, penerap tenaga kerja, pemerataan pendapatan, nilai tambah bagi produk daerah, peningkatan taraf hidup.<sup>39</sup>

Di Indonesia, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan. UMKM tidak hanya menyerap banyak tenaga kerja, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi baik di sektor tradisional maupun modern. Mengingat sebagian besar penduduk berpendidikan rendah dan terlibat dalam usaha kecil, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Sebuah usaha dikatakan berkembang baik jika operasionalnya berjalan lancar dan dapat memaksimalkan produktivitas tenaga kerja. Dengan penerapan strategi yang efektif, UMKM memiliki potensi besar

---

<sup>38</sup> Kotler Philip, Amstong Gerry, 'Manajemen Pemasaran' (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 8

<sup>39</sup> Muh. Awal Yanto, 'Analisi faktor-faktor Yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Di Kota Parepare', Universitas Hasanuddin Makassar (2022), h.14

untuk berkembang sesuai dengan harapan, meningkatkan kinerja dan kontribusinya terhadap ekonomi nasional.<sup>40</sup>

Sejak pandemi COVID-19 melanda Indonesia, berbagai kebijakan pemerintah seperti bekerja dari rumah, menjaga jarak, dan pemberlakuan PSBB telah diberlakukan untuk menekan penyebaran virus. Kebijakan ini berdampak signifikan pada perekonomian, termasuk pada sektor UMKM yang semakin melemah. Di Kota Parepare, data dari Pemkot Parepare menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan. Menyadari dampak tersebut, pemerintah Kota Parepare kini berfokus pada pemulihan ekonomi berkelanjutan dan mempercepat pengembangan sektor UMKM. Upaya ini mencerminkan kesadaran akan peran penting UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal.<sup>41</sup>

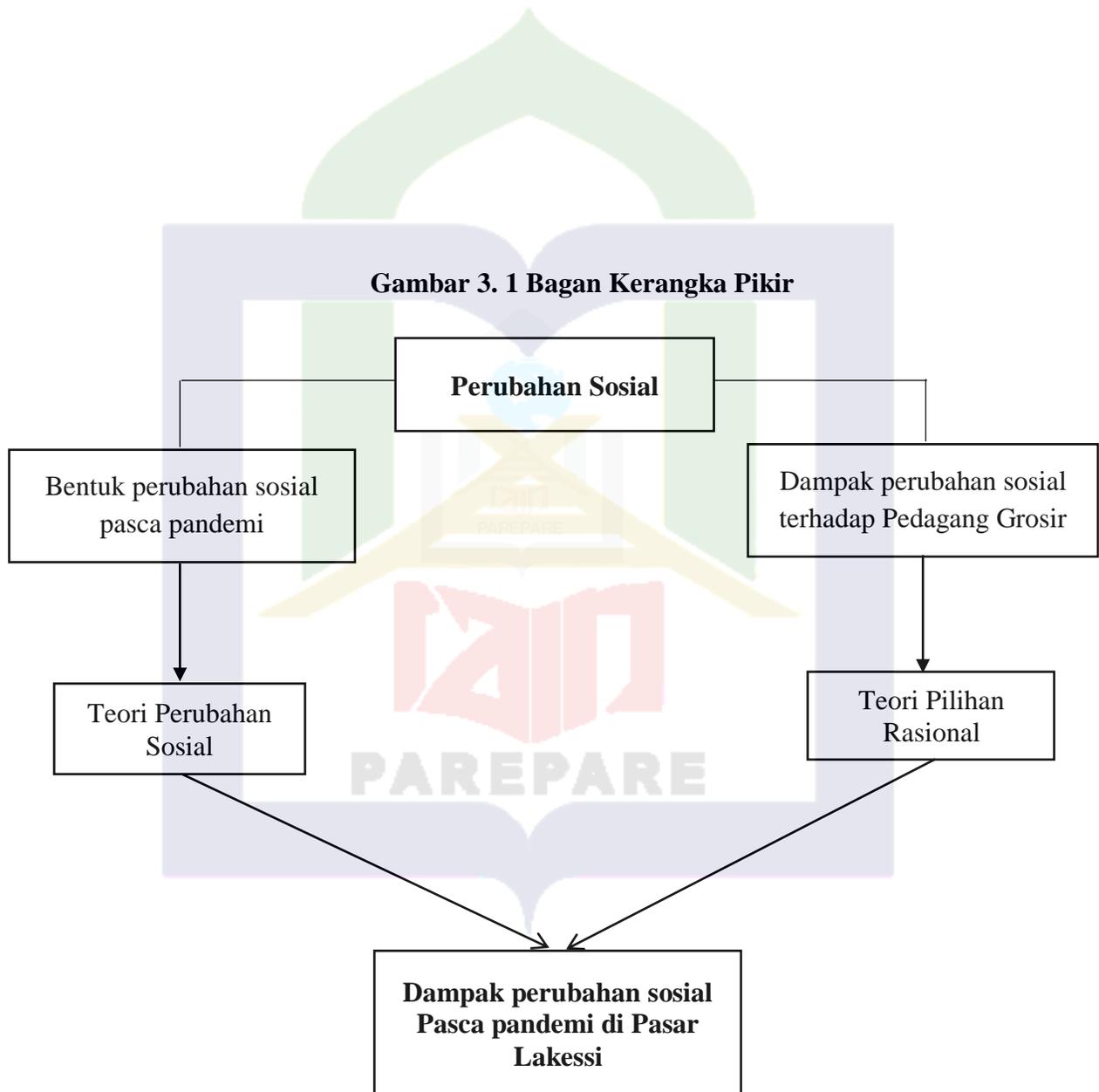
#### **D. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir adalah suatu pola atau gambaran untuk menjelaskan dan mengetahui secara garis besar pada alur dari sebuah penelitian. Agar memudahkan dalam meneliti maka penelitian ini berfokus pada perubahan sosial masyarakat pasca pandemic di pasar lakessi kota parepare. Adapun kerangka pikir yang dimaksud peneliti adalah sebagai berikut:

---

<sup>40</sup> Sitti Hadjerah, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Wattang Soreang Kota Parepare', Institut Agama Islam Negeri Parepare (2022), h.2

<sup>41</sup> A. Rio Makkulau Wahyu, Wirani Aisyah Anwar, Eliza Andriani, St. Hajar Putri, 'Strategi Pemulihan Omzet UMKM Pasca Pandemi Di Kota Parepare', Jurnal Iqtisaduna, 9.1(2023), h. 86-87





### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, sesuai dengan sifat permasalahan yang akan diteliti. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan data yang mendalam dan kaya makna. Data yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif tidak hanya berupa informasi permukaan, tetapi juga mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai dan makna yang terkandung di dalamnya. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap data yang sebenarnya dan pasti, yang merefleksikan nilai-nilai di balik data yang tampak secara eksplisit.

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik tertulis maupun lisan, dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini bersifat holistik, mengarahkan perhatian pada konteks dan individu secara menyeluruh. Dalam ilmu pengetahuan sosial, penelitian kualitatif sangat penting karena bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam lingkungan alaminya. Peneliti berinteraksi dengan individu dalam bahasa dan istilah yang mereka gunakan sehari-hari, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam dan autentik tentang fenomena sosial yang sedang diteliti.<sup>42</sup>

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengkaji perspektif partisipan dengan menggunakan strategi yang interaktif dan fleksibel, memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan itu sendiri. Penelitian ini dilakukan dalam kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti terlibat langsung dan berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Dengan pendekatan ini, penelitian kualitatif mampu menggali makna dan interpretasi yang

---

<sup>42</sup>M.Si Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.I., *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet; 1 (Makassar: CV Syakir Media Press, 2021).

mendalam dari pengalaman partisipan, menjadikannya metode yang efektif untuk memahami kompleksitas fenomena sosial.<sup>43</sup>

## **B. Lokasi dan waktu penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Lakessi Kota Pare-pare. Peneliti memilih lokasi penelitian ini karena menurut hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa didalam pasar masyarakat lebih sering melakukan interaksi satu sama lain dimana dapat memicu perubahan sosial yang terjadi akibat pandemi COVID-19.

### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan dalam waktu 1 bulan lamanya (d disesuaikan waktu peneliti) untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan di Pasar Lakessi Kota Parepare.

## **C. Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada perubahan sosial masyarakat antar pedagang di Pasar Lakessi Kota Pare-pare.

## **D. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data penelitian kualitatif, yang artinya data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data misalnya berupa wawancara, analisis, observasi, dan dokumentasi yang telah diperoleh langsung dari responden dilapangan.

### **2. Sumber data**

Sumber data merupakan bagian penting untuk memenuhi dan membantu seluruh rangkaian penelitian serta permasalahan terkait pokous penelitian. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data primer

---

<sup>43</sup>Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cet; 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama, tanpa perantara.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan masyarakat dan pedagang yang berada di sekitar kawasan Pasar Lakessi, Kota Pare-pare. Pengumpulan data ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang autentik dan akurat mengenai kondisi dan dinamika di kawasan tersebut, yang nantinya akan digunakan sebagai dasar analisis dalam penelitian.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang sudah ada, baik dari sumber internal maupun eksternal.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui kajian literatur, bacaan, buku-buku, dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Data ini digunakan untuk mendukung dan memperkaya analisis, serta memberikan konteks yang lebih luas mengenai fenomena yang sedang diteliti. Penggunaan data sekunder juga membantu peneliti memahami latar belakang dan perkembangan penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik yang sama.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data yaitu:

### 1. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung merupakan proses yang kompleks, melibatkan berbagai aspek biologis dan psikologis, terutama pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data melalui observasi ini digunakan ketika penelitian berkaitan

---

<sup>44</sup>Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008).

<sup>45</sup>M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000).

dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, atau situasi di mana jumlah responden yang diamati tidak terlalu besar. Melalui observasi langsung, peneliti dapat mengamati dan mencatat fenomena secara rinci dalam konteks alaminya, memungkinkan pemahaman yang mendalam dan nyata tentang objek yang diteliti.<sup>46</sup>

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi atau pengamatan secara langsung pada beberapa masyarakat dan pedagang yang ada disekitar kawasan Pasar Lakessi, Kota Pare-pare.

## 2. Wawancara

Metode wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terarah, di mana tanya jawab dilakukan secara fokus untuk mengumpulkan hanya data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mendapatkan informasi mendalam dan spesifik dari responden, yang berguna untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan lebih akurat.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan masyarakat dan pedagang yang ada disekitar kawasan Pasar Lakessi, Kota Pare-pare.

**Tabel 4.1 Informan Penelitian**

No	Nama	Ket	Profesi
1	Hj Maryam	Perempuan	
2	Angga	Lakilaki	
3	Apsah	Perempuan	
4	Ahmad hamid	Lakilaki	

<sup>46</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hlm. 60

<sup>47</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004, h. 19.

5	Fauziah	Perempuan	PEDAGANG GROSIR PASAR LAKESSI
6	Sarifa putri	Perempuan	
7	Haswiah	Perempuan	
8	Fitriani	Perempuan	
9	Anti	Perempuan	
10	Hj Nanna	Perempuan	
11	Rahmatan	Lakilaki	
12	Ulfa	Perempuan	

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pencarian informasi mengenai variabel-variabel tertentu dari berbagai sumber tertulis seperti buku, surat kabar, notulen rapat, agenda, dan dokumen lainnya.<sup>48</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data yang bersumber dari dokumen-dokumen tertulis yang relevan. Metode ini digunakan untuk melengkapi dan memperkaya data yang telah dikumpulkan, serta memastikan bahwa informasi yang diperoleh lebih objektif dan jelas. Data ini mencakup segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang grosir di Pasar Lakessi, Kota Pare-pare.

### F. Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif adalah langkah penting yang tidak hanya berfungsi untuk menepis kritik terhadap anggapan bahwa penelitian kualitatif kurang ilmiah, tetapi juga merupakan elemen integral dari metode ini.

<sup>48</sup> Husain Husman, *Metodelogi Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi aksara, 1996), h. 6

Proses ini memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid, dapat dipercaya, dan sesuai dengan realitas yang diteliti. Dengan menegaskan keabsahan data, penelitian kualitatif memperkuat posisinya sebagai pendekatan yang sah dalam menghasilkan pengetahuan yang mendalam dan bermakna.<sup>49</sup>

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar bersifat ilmiah dan untuk menguji keandalan data yang diperoleh. Uji keabsahan ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu *credibility* (kredibilitas), *transferability* (transferabilitas), *dependability* (dependabilitas), dan *confirmability* (konfirmasiabilitas). *Credibility* mengukur sejauh mana data dan hasil penelitian dapat dipercaya, sementara *transferability* menilai apakah temuan penelitian dapat diterapkan dalam konteks lain. *Dependability* mengevaluasi konsistensi penelitian, dan *confirmability* memastikan bahwa hasil penelitian didasarkan pada data yang obyektif, bukan bias peneliti. Untuk mempertahankan keabsahan dan tanggung jawab ilmiah, uji keabsahan data ini harus dilakukan secara menyeluruh.

1. *Credibility*

Uji kredibilitas data penelitian memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dan valid. Ini melibatkan penilaian terhadap metode pengumpulan data, transparansi proses, dan penggunaan teknik triangulasi untuk mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber. Dengan uji kredibilitas, peneliti dapat memastikan bahwa data yang disajikan akurat dan memenuhi standar ilmiah.

2. *Transferability*

*Transferability* dalam penelitian kualitatif merujuk pada validitas eksternal, yaitu sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau dipindahkan ke konteks atau populasi lain di luar sampel yang diteliti. Validitas eksternal ini menunjukkan kemampuan temuan penelitian untuk relevan dan berguna dalam situasi yang berbeda dari yang dikaji. Nilai transferabilitas bergantung pada sejauh mana deskripsi

---

<sup>49</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007),320.

kontekstual dan proses penelitian yang mendetail memungkinkan pengguna lain untuk menilai kesesuaian temuan dengan situasi mereka sendiri. Oleh karena itu, jika hasil penelitian dapat digunakan dalam konteks sosial yang berbeda, maka nilai transferabilitasnya dapat dianggap sah, menunjukkan bahwa temuan tersebut memiliki aplikasi yang lebih luas dan dapat dipertanggungjawabkan dalam berbagai situasi.

### 3. *Dependability*

*Dependability*, atau reliabilitas, dalam penelitian mengacu pada konsistensi hasil penelitian ketika penelitian dilakukan ulang dengan proses yang sama. Artinya, jika penelitian yang sama dilakukan oleh peneliti lain menggunakan metodologi yang identik, maka hasil yang diperoleh seharusnya konsisten. Untuk menguji *dependability*, dilakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian, di mana auditor atau pembimbing independen memeriksa setiap tahap penelitian mulai dari penentuan masalah, pengumpulan data di lapangan, pemilihan sumber data, hingga analisis data. Tujuannya adalah memastikan bahwa prosedur yang digunakan dalam penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan hasil yang diperoleh dapat dipercaya jika penelitian tersebut diulang dengan cara yang serupa.

### 4. *Confirmability*

Objektivitas dalam penelitian kualitatif, atau uji *confirmability*, merujuk pada sejauh mana hasil penelitian dapat dianggap bebas dari bias peneliti dan merupakan hasil dari proses penelitian yang sistematis. Penelitian dianggap objektif jika hasilnya dapat diterima dan disepakati oleh pihak lain yang mengkaji proses penelitian yang sama. Uji *confirmability* dilakukan dengan mengaitkan hasil penelitian dengan proses yang telah dilalui, memastikan bahwa temuan bukan hanya hasil subjektif peneliti tetapi merupakan fungsi dari metode dan prosedur yang diterapkan. Validitas atau keabsahan data dalam konteks ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh oleh peneliti sesuai dengan data yang sebenarnya ada di objek

penelitian, memastikan bahwa hasil yang disajikan akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.<sup>50</sup>

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan berpedoman kepada pendapat Miles dan huberman sebagai berikut:

1. Data Collection (pengumpulan data)
2. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan dan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, misalnya hasil dari wawancara, dokumen terkait foto dan sebagainya.<sup>51</sup>
3. Data Reduction (pengurangan data)  
Pengurangan data yaitu semua data yang terkumpul dipilah-pilah antara yang benar-benar relevan dengan penelitian.<sup>52</sup>
4. Data Display (penyajian data)  
Penyajian data yaitu data yang diperoleh dari lapangan penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutup-nutupi kekurangannya.<sup>53</sup>
5. Conclusion Drawing (penarikan kesimpulan)  
Penarikan kesimpulan yaitu setelah menjadi karya ilmiah lalu mencari kesimpulan sebagai jawaban masalah.<sup>54</sup>

<sup>50</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

<sup>51</sup> Lexy J.Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h.190

<sup>52</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011, Cet. 2, h. 129

<sup>53</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.95

<sup>54</sup>*Ibid*, h. 99



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Penulis menganalisis data yang terkumpul baik dalam bentuk wawancara maupun observasi dengan menggunakan sistem deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini akan mendeskripsikan tentang bagaimana perubahan sosial pedagang serta harapan dan solusi mereka dalam beradaptasi dengan adanya fenomena pasca pandemi tersebut. Penulis menggabungkan hasil observasi dengan hasil wawancara di lapangan untuk menganalisis permasalahan ini, yaitu “Perubahan sosial Pedagang pasca pandemi di Pasar Lakessi” wawancara dilakukan dengan menggunakan data lapangan dengan orang-orang pasar dengan berbagai latar.

Penulis juga mewawancarai seputar kehidupan pasar dan keadaan pedagang di Pasar Lakessi pasca pandemi. Observasi dilakukan pada orang pasar di Pasar Lakessi. Kemudian hasil observasi, wawancara dan dokumentasi ditelaah oleh peneliti. Perubahan sosial orang pasar dapat ditemukan peneliti setelah melakukan penelitian kepada narasumber dengan cara mewawancarai secara intens kepada beberapa narasumber dengan melakukan wawancara dengan fokus pada indikator-indikator yang ada kepada para pedagang. Adapun hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

#### 1. Bentuk Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi

Hasil penelitian merujuk pada perubahan sosial pasca pandemi yang telah mempercepat transformasi digital, dan pergeseran cara berbelanja. Perubahan-perubahan ini mencerminkan adaptasi pasar terhadap tantangan dan peluang yang muncul pasca pandemi. Berikut deskripsi hasil penelitian yang dilakukan:

##### a. Kondisi Pasar Sebelum Pandemi COVID-19

Sebelum pandemi COVID-19, pedagang pakaian di pasar juga mengalami beberapa perubahan sosial, meskipun tidak signifikan dengan yang terjadi pasca pandemi. Pedagang pakaian di pasar sebelum pandemi menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat, perubahan preferensi konsumen, pengaruh tren, serta tuntutan

akan keberlanjutan. Namun, adopsi teknologi digital dikalangan mereka masih relatif terbatas dibandingkan dengan perubahan yang terjadi pasca pandemi. Berikut merupakan hasil wawancara yang disampaikan oleh narasumber berkaitan dengan perubahan sosial yang mereka alami sebelum pandemi berlandaskan beberapa pertanyaan wawancara yang dipaparkan dibawah ini:

*“Sebelum pandemi itu yang ada banyak persaingan antara kita para pedagang saja dek, terus berubah-ubah mi juga tren dan sudah banyak maunya pelanggan minta barang baru terus.”<sup>55</sup>*

Hasil wawancara menyebutkan bahwa sebelum pandemi keadaan pasar masih didominasi oleh perdagangan fisik, dengan persaingan yang cukup ketat diantara para pedagang, serta perubahan preferensi konsumen yang terus bergulir seiring dengan tren dan tuntutan akan praktis bisnis yang lebih berkelanjutan. Informan lain juga mengatakan bahwa :

*“Sebelum pandemi COVID-19 melanda masih bagusji penjualan kalau mau dibandingkan saat ada corona sampai sekarang kodong, masih lumayanlah orang yang datang belanja di pasar lakessi waktu itu, masih banyakji yang senang belanja langsung ke toko bahkan langgananku juga luamayanji toh masih baguslah kondisi disitu nak.”<sup>56</sup>*

Informan lain juga mengatakan bahwa pada saat sebelum COVID-19 keadaan pasar masih terbilang normal. Masih banyak yang berbelanja langsung ke pasar bahkan menjadi langganan, para pedagang merasa kondisi penjualan mereka masih terbilang baik saat sebelum pandemi melanda mereka. Informan juga menyebutkan bahwa :

*“Dulu itu nak saya masih berharap ke pembeli yang datang langsung ke pasar saja, langganan-langgananku saja karena tidak kutaupi juga dulu saya ma jual-jual online dulu apa mawatang sedding caranya. Sudahnya mami corona na belajarki apa sepi sekalimi ini yang datang.”*

---

<sup>55</sup>Hj Maryam, *Pedagang Pakaian*, Wawancara 20 Juni 2024

<sup>56</sup> Sudiarysyad, *Pedagang Pakaian*, Wawancara 20 Juni 2024

Informan menyebutkan juga bahwa sebelum adanya pandemi informan tersebut masih merasa kesusahan untuk menggunakan media online, pedagang merasa cukup berjualan di pasar saja. Namun saat COVID-19 muncul informan merasa sangat perlu untuk memperluas jaringan jual beli dengan berjualan online.

b. Masalah Sosial Masyarakat Pedagang Setelah Adanya Pandemi

Selama pandemi COVID-19, pedagang grosir di pasar mengalami banyak masalah sosial yang signifikan. Pembatasan mobilitas dan penutupan toko-toko ritel yang terjadi akibat lockdown berdampak besar pada penjualan mereka. Banyak pedagang kehilangan pelanggan utama, sehingga arus kas mereka terhenti. Selain itu, konsumen pun enggan berbelanja secara offline karena khawatir tertular virus. Hal ini memaksa para pedagang untuk beradaptasi dengan cepat, dengan memanfaatkan platform digital untuk menjual produk mereka secara online. Informan menyebutkan bahwa :

*“Saat pandemi sangat kurangnya pembeli, apalagi penutupan toko juga kan dek. Sementara kita juga harus putar otak hasilkan uang bagaimana walaupun awalnya belum tau bagaimana cara berjualan online tapi kan mau tidak mau kita harus coba karena kalau tidak bakal tertinggal tidak ada pemasukan dek.”<sup>57</sup>*

Informan juga menyebutkan bahwa pandemi COVID-19 telah mempercepat transformasi digital yang mengubah pola konsumsi masyarakat, serta mendorong kepedulian yang lebih besar terhadap isu berkelanjutan. Pedagang harus beradaptasi dengan cepat untuk dapat bertahan dan bersaing ditengah kondisi pasar yang berubah. Pedagang pun terpaksa harus mempercepat transformasi digital mereka, baik dengan membuka toko daring, meningkatkan kehadiran di media sosial, maupun mengadopsi sistem pembayaran non tunai. Informan lain juga menyebutkan bahwa :

*“Karena banyaknya permintaan pembeli otomatis kita juga harus usahakan sebisata kasih apa yang pembeli mau jadi dicoba dengan beralih ke hp jualan dari rumah saja, walaupun sudah tidak sebanyak sebelum pandemi yang datang langsung ke toko palingan tinggal langganan saja yang masih biasa berbelanja dek.”<sup>58</sup>*

<sup>57</sup> Fauziah, *Pedagang pakaian grosir*, wawancara 20 Juni 2024

<sup>58</sup> Sarifa Putri, *Pedagang pakaian grosir*, wawancara 24 juni 2024

Hasil wawancara informan tersebut menjelaskan bahwa pergeseran perubahan penjualan yang terjadi selama pandemi dimana permintaan untuk pakaian santai yang meningkat tajam seiring dengan banyaknya aktivitas dari rumah. Pedagang harus dengan cepat menyesuaikan persediaan mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah. Secara keseluruhan pandemi telah memaksa para pedagang grosir pakaian agar dengan cepat beradaptasi dan dapat bertahan. Transformasi digital menjadi kunci keberlangsungan bisnis mereka.

c. Bentuk Perubahan Yang Dirasakan Setelah Adanya Pandemi

Setelah pandemic COVID-19, pedagang grosir merasakan berbagai perubahan yang signifikan dalam proses operasional bisnis mereka. Salah satunya adalah perubahan utama adalah peningkatan penggunaan teknologi dan digitalisasi dalam proses penjualan. Adapun hasil wawancara terhadap informan :

*“Kan kalau kita ikuti zaman ikuti kemauan anak muda pasti juga mau nda mau haruski belajar main hp. Nah saya ini nak kalau bukan buat menelfon orang saja, jarang sekali pegang hp pasti dipake anakku saja main. Tapi ya mau bagaimana lagi kalau kebutuhanta paksaki buat buka lewat online juga toh ya diusahakan saja nak demi dapat rezki toh selagi masih bisa diusahakan dan dicoba pale dicobai.”<sup>59</sup>*

Informan menyebutkan bahwa perkembangan zaman juga dirasakan yang mengharuskan mereka untuk beradaptasi dan dapat bertahan di masa pandemi COVID-19. Memperluas jaringan penjualan dengan berjualan melalui media sosial berbasis online ternyata dapat membantu mereka dalam situasi COVID-19 dimana transformasi digital menjadi kunci keberlangsungan bisnis mereka.

Perubahan pola interaksi sosial yang dahulu interaksi antar pedagang grosir di pasar lebih bersifat personal dan kekeluargaan. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, interaksi tersebut kini lebih banyak dilakukan secara tidak langsung, misalnya melalui telfon, pesan singkat, atau media sosial. Hal ini membuat hubungan antar pedagang menjadi lebih formal dan kurang terjaga keakrabannya. Pedagang grosir kini tidak hanya berfokus pada

---

<sup>59</sup> Sarifa putri, *Pedagang pakaian*, wawancara 20 Juni 2024

aktivitas jual-beli di pasar fisik, tetapi juga mengembangkan penjualan online melalui aplikasi e-commerce atau media sosial. Hal ini memaksa mereka untuk beradaptasi dengan teknologi digital dan mengubah strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen modern. Informan lain menyebutkan bahwa :

*“Selama pandemi itu dek orang-orang kan terbiasami berbelanja online, jadi sampai selesai covid pun lebih banyak yang senang berbelanja lewat hp saja tidak datangmi ke pasar langsung berbelanja, jadi mau tidak mau kita selain pertahankan toko dipasar ya bertahan juga berjualan online demi pemasukan juga dek, walaupun tidak sepertimi pemasukan sebelum ada corona banyak yang datang langsung ke pasar toh.”<sup>60</sup>*

Hasil wawancara tersebut menyebutkan bahwa pasca pandemi COVID-19, pedagang grosir pakaian yang beralih ke penjualan online mengalami perubahan sosial yang signifikan dalam praktik bisnis mereka. Salah satu perubahan utama adalah terjadinya pergeseran interaksi antara pedagang dan pelanggan. Sebelumnya, interaksi jual beli di pasar didominasi oleh pertemuan langsung, tawar-menawar, dan hubungan kekerabatan antara pedagang dan pembeli. Namun, dalam penjualan online interaksi terjadi melalui media digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi pemesanan. Pedagang harus beradaptasi dengan berkomunikasi secara tidak langsung dan memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa tatap muka. Informan lain juga mengatakan bahwa :

*“Kalau kita mau berpatokan saja dek dipasar pasti kita pasrah saja sama keadaan pasar yang kosong, tapikan kita berpikir bagaimana caranya supaya masih adaji jalan buat kita dapat pembeli lagi, jadi selain berjualan di pasar saya juga upload-uploadmi di facebook, anakku juga kusuruh jualan di teman-temannya lewat online begituji dek.”<sup>61</sup>*

Hasil wawancara informan tersebut menjelaskan bahwa kecenderungan konsumen untuk berjualan secara daring dan mengurangi frekuensi kunjungan ke pasar fisik berdampak langsung pada penurunan penjualan pedagang grosir. Mereka harus mencari cara untuk memanfaatkan saluran penjualan online agar tetap dapat menjangkau pembeli sehingga pedagang grosir pakaian dapat memanfaatkan media

---

<sup>60</sup> Apsah, *Pedagang grosir pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>61</sup> Ahmad hamid, *Pedagang grosir pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

sosial secara strategis untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Salah satu contoh yang disebutkan melalui akun Facebook beliau untuk mempromosikan produknya secara menarik.

d. Pendapat Pedagang Semenjak Adanya Pandemi

Sejak adanya pandemi COVID-19, pendapat pedagang grosir mengalami perubahan yang beragam, tergantung pada sektor dan adaptasi mereka terhadap situasi baru. Banyak pedagang merasa bahwa pandemi membawa tantangan besar, terutama dalam hal penurunan penjualan dan gangguan rantai pasokan. Pembatasan sosial dan lockdown menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi, yang berdampak langsung pada permintaan produk. Pedagang grosir di sektor-sektor tertentu, seperti pakaian dan barang mewah, merasakan penurunan penjualan yang signifikan. Informan mengatakan :

*“Semenjak adanya pandemi awalnya banyak toko tutup dek dan dibatasi berinteraksi juga. Penjualanku turun drastis juga karena orang-orang lebih banyak berdiam di rumah saja kan, pasokan barang juga terganggu karena beberapa pemasok itu susah kirim barang kadang.”<sup>62</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa semenjak adanya pandemic COVID-19 pedagang mengalami kesusahan dalam berjualan bahkan pemasokan barangpun terkendala akibat penutupan toko dan pembatasan interaksi. Informan lain juga menyebutkan:

*“Penjualan turun drastis pas corona ada karena banyak orang yang takut keluar rumah. Toko-toko kecil juga banyak yang tutup sementara, jadi permintaan dari pembeli menurun. anu juga, pasokan barang juga terganggu karena beberapa pemasok agak sulit kalau mau kirim barang.”<sup>63</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa adanya COVID-19 juga kesulitan dalam menerima barang dari pemasok, sehingga permintaan dan keinginan pembeli menurun, sehingga penjualan menurun drastis.

<sup>62</sup> Haswiah, *Pedagang pakaian grosir*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>63</sup> Fitriani, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

e. Langkah/solusi Yang dilakukan Saat Terjadinya Pandemi

Selama pandemi COVID-19, pedagang grosir di pasar tradisional mengambil berbagai langkah dan solusi untuk menghadapi tantangan yang muncul. Salah satu langkah utama adalah beralih ke platform digital dan e-commerce untuk menjaga kelangsungan bisnis. Mereka mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram, serta platform e-commerce lokal untuk menjual produk secara online. Ini memungkinkan mereka menjangkau pelanggan yang tidak bisa atau tidak mau datang ke pasar secara langsung. Selain itu, layanan pengiriman menjadi solusi penting untuk memastikan barang sampai ke tangan pelanggan dengan aman dan nyaman. Selama pandemi COVID-19, pedagang grosir di pasar tradisional mengambil berbagai langkah dan solusi untuk menghadapi tantangan yang muncul. Salah satu langkah utama adalah beralih ke platform digital dan e-commerce untuk menjaga kelangsungan bisnis. Mereka mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram, serta platform e-commerce lokal untuk menjual produk secara online. Ini memungkinkan mereka menjangkau pelanggan yang tidak bisa atau tidak mau datang ke pasar secara langsung. Selain itu, layanan pengiriman menjadi solusi penting untuk memastikan barang sampai ke tangan pelanggan dengan aman dan nyaman. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

*“Yah kalau saya pribadi dengan beradaptasi sama keadaan, pertama yang saya coba mulainya gunakaan Hp untuk menjual kukasi masuk dalam WhatsApp, facebook, sama anakku juga kusuruh jual ki di teman temannya.”<sup>64</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa menjelaskan bahwa solusi atau tindakan yang dilakukan oleh pedagang dengan adanya COVID-19 adalah beradaptasi dengan tantangan dan keadaan yang mendorong mereka berdagang dengan beralih ke smartphone. Informan lain juga menyebutkan bahwa :

*“Yang dilakuakan itu beralih ke penjualan onlinema juga dek. Lewat WhatsAppka biasa terima pesanan dari pembeli. Kalau bisa ada yang beli*

---

<sup>64</sup> Anti, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

*diantarkan sendiri jadi pembeli tetap bisa beli barang dan tidak perlumi ke pasar lagi.*<sup>65</sup>

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa tindakan yang dilakukan pedagang tersebut adalah beralih memanfaatkan platform e-commerce lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Sehingga pembeli tidak perlu lagi datang berbelanja langsung ke pasar.

#### f. Proses Jual Beli Setelah Pandemi

Setelah pandemi COVID-19, proses jual beli di pasar mengalami perubahan signifikan, meskipun sebagian besar aktivitas telah kembali ke tingkat normal. Selama pandemi, banyak pasar yang mengadopsi teknologi digital dan sistem pembayaran tanpa kontak untuk mengurangi risiko penularan. Setelah pandemi mereda, meskipun aktivitas pasar kembali aktif, beberapa perubahan yang dipicu oleh pandemi tetap ada. Konsumen dan pedagang kini lebih terbiasa dengan metode pembayaran elektronik dan belanja online. Hal ini mendorong integrasi lebih dalam antara pasar fisik dan platform digital. Selain itu, peningkatan kesadaran tentang kebersihan dan protokol kesehatan membuat banyak pasar menerapkan standar higienis yang lebih ketat. Dengan kata lain, meskipun suasana pasar kembali hidup, adaptasi teknologi dan kebiasaan baru yang berkembang selama pandemi tetap mempengaruhi cara jual beli di pasar. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

*“Sudah mulaimi pulih kembali cuman ya itu dek sebagian besar kita penjual perhatikan berubah sudah, pembeli lebih pilih lewat belanja online yang sebelumnya saya nda pernah jualan lewat online pembeli juga cuman beli sedikit sudah tidak ambil banyak lagi tidak seperti sebelum pandemi ambil banyak barang.”*<sup>66</sup>

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa perubahan proses jual beli kini telah merasakan perubahan yang sebelumnya tidak pernah menggunakan media online sebagai ladang penjualan sekarang sudah berubah dan beralih ke penjualan online. Infoeman lain juga menyebutkan bahwa :

<sup>65</sup> Hj. Nana, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>66</sup> Rahmatan, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

*“Yang kurasakan setelah COVID-19 selesai lebih dijaga kebersihan dulu lebih rajinki cuci tangan, pake masker meskipun tidak diwajibkanmi terus meningkat juga pembelian lewat transaksi transfer-transfer bank.”<sup>67</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa pasca pandemi pedagang lebih menjaga kebersihan dan menggunakan masker selain itu peningkatan transaksi non tunai yaitu jual beli lewat transfer bank dan tidak lagi menggunakan tunai.

Selama pandemi COVID-19, penjualan online muncul sebagai solusi bagi pedagang untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pendapatan mereka. Penjualan online memungkinkan pedagang untuk tetap mendapatkan pembeli mereka, menawarkan kemudahan berbelanja dari rumah, dan mengakses pasar yang lebih luas tanpa batasan. Selain itu, selama pendapatan banyak konsumen yang beradaptasi dengan kebiasaan belanja online, yang meningkatkan permintaan untuk pengiriman barang langsung ke rumah. Dengan pemanfaatan teknologi digital dan strategi pemasaran online, pedagang memanfaatkan tren baru dalam perilaku pembeli sehingga menciptakan peluang pertumbuhan baru dan memperkuat keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

## **2. Dampak Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi**

Perubahan sosial yang terjadi pasca pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pasar, termasuk bagi pedagang grosir pakaian. Salah satu dampak utamanya adalah pergeseran pola belanja konsumen. Konsumen cenderung menjadi lebih selektif dan hati-hati dalam berbelanja, didorong oleh ketidakpastian ekonomi akibat pandemi. Selain itu, terdapat peningkatan preferensi untuk berbelanja secara daring/online, mengurangi interaksi tatap muka. Hal ini juga dibarengi dengan meningkatnya permintaan konsumen untuk produk yang lebih kasual, nyaman, dan multifungsi, seiring dengan perubahan prioritas dan gaya hidup mereka.

Perubahan sosial pasca pandemi juga telah mengubah prioritas dan gaya hidup konsumen. Selain itu terdapat peningkatan aktivitas yang dilakukan di rumah, akibat

---

<sup>67</sup> Ulfa, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

pembatasan mobilitas selama pandemi. Perubahan sosial lainnya yang berdampak di Pasar adalah peningkatan penggunaan teknologi dan media digital oleh konsumen. Konsumen semakin terbiasa dengan berbelanja secara daring, dan media sosial menjadi semakin penting dalam mencari informasi dan berinteraksi. Akibatnya, terdapat permintaan yang semakin kuat akan pengalaman belanja secara digital. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

a. Dampak Yang Dirasakan Pedagang Grosir Selama Pandemi

Selama pandemi COVID-19, pedagang grosir merasakan dampak yang signifikan terhadap usaha mereka. Salah satu dampak utama adalah penurunan drastis dalam jumlah pelanggan dan volume penjualan. Pembatasan sosial, lockdown, dan penutupan pasar menyebabkan berkurangnya aktivitas perdagangan. Banyak pembeli yang menghindari pergi ke pasar untuk mengurangi risiko terpapar virus, sehingga pedagang grosir kehilangan banyak pelanggan tetap.

Selain itu, masalah rantai pasokan juga menjadi tantangan besar. Pembatasan pergerakan dan gangguan logistik membuat pengiriman barang menjadi sulit dan sering tertunda. Hal ini menyebabkan kekurangan stok barang dan kenaikan harga bahan baku, yang pada gilirannya mempengaruhi harga jual produk grosir. Pedagang grosir harus beradaptasi dengan situasi ini, mengelola stok dengan lebih hati-hati, dan mencari sumber pasokan alternatif untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

*“Pandemi ini ya berdampak besar bagi usaha kami selama pandemi penjualan turun drastis banyak pembeli takut datang ke pasar karena takut tertular virus. kami kehilangan banyak pembeli tetap.”<sup>68</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa dampak yang dirasakan oleh pedagang ialah penjualan yang turun drastis akibat isolasi mandiri yang membuat pembeli tidak datang ke pasar langsung berbelanja karena takut akan terkena virus. Informan lain juga menjelaskan bahwa :

---

<sup>68</sup> Hj. Maryam, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

*“dampaknya kemarin cukup berat, pendapatan menurun drastis sementara kita mesti bayar uang sewa, gaji karyawan dan listrik tetap harus dibayar. haruski putar otak bagaimana cara mengurangi jumlah pembayaran.”<sup>69</sup>*

Hasil wawancara tersebut menyebutkan bahwa dampak yang dirasakan pedagang cukup berat selain pendapatan yang menurun, mereka juga dituntut untuk memenuhi pembayaran dan mencoba untuk menghemat pengeluaran.

#### b. Alasan Pedagang Masih Tetap Berdagang Ditengah Situasi Pandemi

Meskipun pandemi COVID-19 membawa banyak tantangan, banyak pedagang grosir memilih untuk tetap berdagang di tengah situasi yang sulit ini karena beberapa alasan utama. Pertama, bagi banyak pedagang grosir, berdagang adalah satu-satunya sumber pendapatan mereka. Tanpa usaha ini, mereka tidak akan memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dan keluarga.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

*“Saya rasa dek penting masih berjualan karena sebagai sumber penghasilanku kodong sama keluarga buat penuhi kebutuhan sehari-hari.”<sup>70</sup>*

Hasil wawancara tersebut menyebutkan bahwa pedagang grosir merasa sangat penting untuk tetap berjualan ditengah situasi pandemi karena sumber penghasilan mereka hanya berharap ke penjualan tersebut. Informan lain juga menyebutkan bahwa:

*“Tidak mudah kalau kita langsung mau berhenti berjualan dek, karena bisnis iniji juga kodong diharap sebagai mata pencaharian sedari lama walaupun banyak perubahan yang terjadi ke online tapi haruski tetap bertahan biar bisa penuhi kebutuhan hidup.”<sup>71</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa pedagang sangat berharap banyak di penjualan mereka tidak lain sebagai pemenuhan kebutuhan hidup sehingga tidak mudah jika ingin berhenti begitu saja .”

#### c. Pendapatan Penjualan Pedagang Ditengah Situasi Pandemi

Di tengah situasi pandemi, hasil penjualan dan pendapatan pedagang grosir di pasar mengalami penurunan yang signifikan. Pembatasan sosial, lockdown, dan

<sup>69</sup> Angga, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>70</sup> Apsah, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>71</sup> Ahmad hamid, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

ketakutan masyarakat akan penularan virus menyebabkan jumlah pengunjung pasar menurun drastis. Banyak pelanggan yang biasanya membeli dalam jumlah besar, seperti pemilik restoran, kafe, dan warung, terpaksa mengurangi aktivitas mereka atau bahkan tutup sementara, yang secara langsung berdampak pada volume penjualan pedagang grosir. Selain itu, gangguan pada rantai pasokan menyebabkan ketersediaan barang menjadi tidak stabil dan harga bahan pokok naik, sehingga pedagang harus menyesuaikan harga jual mereka yang dapat membuat konsumen semakin berkurang. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa :

*“Selama pandemi, pendapatan penjualan kami mengalami perubahan yang cukup signifikan. Pada awal pandemi, kami mengalami penurunan pendapatan yang drastis karena banyak pelanggan yang memilih untuk tetap di rumah dan tidak datang ke pasar.”<sup>72</sup>*

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa penjualan yang dirasakan oleh pedagang sangatlah menurun karena banyak pembeli yang memilih untuk tetap di rumah dan tidak datang ke pasar. Informan lain juga menjelaskan bahwa :

*“Selama pandemi, kami mengalami dampak yang cukup signifikan terhadap pendapatan penjualan kami. Pada awal pandemi, pendapatan kami turun drastis, terutama karena adanya pembatasan sosial dan penurunan jumlah pelanggan yang datang ke pasar. Selama beberapa bulan pertama, pendapatan kami menurun sekitar 40-50% dibandingkan sebelum pandemi.”<sup>73</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa pendapatan yang dirasakan menurun sekitar 40-50% dibandingkan sebelum pandemi. Informan juga mengatakan bahwa :

*“Tapi masih bisa ketolong saat mulainya juga coba berjualan online ya masih adaji beberapa yang beli sambil kukasi biasa bonus masker kan banyak orang butuh masker saat itu.”*

Hasil wawancara tersebut pedagang memanfaatkan juga media online agar pendapatan tetap ada dan menarik pembeli sambil memberikan gift pembelian yaitu sebuah masker.

#### d. Strategi Yang Dilakukan Sehingga Tetap Ingin Berdagang Ditengah Pandemi

Untuk tetap bertahan di tengah pandemi, pedagang grosir menerapkan berbagai strategi adaptif dan inovatif. Salah satu strategi utama adalah mengadopsi teknologi

<sup>72</sup> Fauziah, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>73</sup> Sarifa putri, *Pedagang pakaian*, wawancara Juni 2024

digital untuk memperluas jangkauan pasar. Mereka mulai menggunakan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online, sehingga dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas tanpa harus bergantung pada kunjungan fisik ke pasar. Selain itu, mereka menawarkan layanan pengiriman dan pemesanan melalui aplikasi pesan singkat, yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin berbelanja dari rumah.

Pedagang grosir juga menerapkan protokol kesehatan yang ketat di tempat usaha mereka untuk memastikan keamanan bagi diri mereka sendiri dan pelanggan. Langkah-langkah seperti menyediakan hand sanitizer, menggunakan masker, memasang pembatas fisik, dan rutin menyemprotkan disinfektan menjadi standar operasional baru. Strategi ini tidak hanya membantu mencegah penyebaran virus, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan untuk kembali berbelanja di pasar. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa :

*“Saya mencoba melakukan pengantaran langsung ke pembeli yang tidak mau datang ke toko langsung. Dengan cara itu pembeli bisa telepon atau pakai aplikasi pesan dan kita antarkan ke rumah mereka agar hubungan dengan pembeli masih ada.”<sup>74</sup>*

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa pedagang mengambil jalur dengan mengantarkan langsung barang pembeli agar pembeli yang tidak datang ke pasar masih bisa berbelanja melalui pesan telepon maupun aplikasi. Informan lain juga mengatakan bahwa :

*“Saya berusaha lebih aktif menggunakan teknologi dalam penjualan waktu kemarin corona dengan cara itu setidaknya dimudahkan juga pembeli untuk pesan dan bayar lewat virtual dan kemarin juga sering kasi promo biar pembeliku tidak lari juga kodong.”<sup>75</sup>*

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa dimana penggunaan teknologi sangatlah penting untuk menjadi strategi penjualan merteka dalam krisis pandemi COVID-19, pedagang juga tidak tinggal memberikan diskon agar pembeli tertarik dan tetap membeli barang para pedagang grosir.

<sup>74</sup> Haswiah, *Pedagang grosir*, wawancara 24 Juni 2024

<sup>75</sup> Fitriani, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

e. Cara Pedagang Menstabilkan Pendapatan Selama Pandemi

Selama pandemi, pedagang grosir mengimplementasikan berbagai cara untuk menstabilkan pendapatan mereka meskipun menghadapi tantangan yang besar. Salah satu cara utama adalah dengan mengadopsi teknologi digital untuk memperluas saluran penjualan. Mereka memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk menjual produk secara online, memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan tetap berjualan meskipun kunjungan fisik ke pasar menurun. Beberapa pedagang grosir juga menawarkan layanan pesan antar, yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, pedagang grosir berfokus pada diversifikasi produk untuk menarik lebih banyak pelanggan. Mereka memperluas jenis barang dagangan mereka, termasuk barang-barang yang menjadi lebih dibutuhkan selama pandemi, seperti bahan makanan pokok, produk kebersihan, dan alat pelindung diri. Dengan menyediakan berbagai macam produk yang relevan dengan kebutuhan saat ini, mereka dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa :

*“Pandemi ini memang memberikan banyak tantangan, tetapi kami berusaha keras untuk menstabilkan pendapatan dengan beberapa cara. Salah satu langkah utama yang kami ambil adalah memanfaatkan teknologi digital. Kami mulai menjual produk secara online melalui platform e-commerce dan media sosial. Ini memungkinkan kami untuk menjangkau pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke pasar dan meningkatkan volume penjualan.”<sup>76</sup>*

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa pedagang berusaha dalam menstabilkan pendapatan dengan berbagai cara salah satunya adalah mengambil Langkah teknologi. Informan lain juga menyebutkan bahwa :

*“Pandemi ini memang menantang, tapi kami mencoba beberapa strategi untuk menstabilkan pendapatan. Pertama, kami memperluas saluran penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital. Kami mulai menawarkan produk secara online melalui website dan aplikasi belanja, serta*

---

<sup>76</sup> Anti, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

*mempromosikannya lewat media sosial. Ini memungkinkan kami untuk menjangkau pelanggan yang mungkin tidak bisa datang ke pasar.”<sup>77</sup>*

Hasil wawancara tersebut mengatakan bahwa dengan memperluas jaringan penjualan dengan teknologi tentu lebih memudahkan dan meningkatkan daya tarik pembeli untuk tetap melakukan pembelian walaupun dengan metode non tunai. Ini memungkinkan pedagang untuk tetap beroperasi meskipun ada pembatasan fisik atau sosial. Selain itu, meninjau dan menyesuaikan strategi harga dan promosi agar lebih sesuai dengan kondisi ekonomi dan daya beli pelanggan juga merupakan langkah strategis.



---

<sup>77</sup> Hj. Nana, *Pedagang pakaian*, wawancara 24 Juni 2024

## **B. Pembahasan**

Ada 2 pokok pembahasan yang akan dituliskan oleh penulis, terkait Perubahan Sosial Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pedagang Grosir) di Kota Parepare yaitu :

### **1. Bentuk Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi Kota Parepare**

Pasar Lakessi di Kota Parepare mengalami berbagai perubahan signifikan pasca pandemi COVID-19, terutama dikalangan pedagang grosir. Perubahan ini dapat dianalisis melalui lensa teori perubahan sosial Herbert Spencer dan teori pilihan rasional Max weber, yang memberikan wawasan tentang bagaimana perubahan terjadi dan bagaimana aktor sosial meresponya. Herbert Spencer memandang perubahan sosial sebagai sebuah proses evolusi yang berjalan secara bertahap dan alami, mirip dengan evolusi biologis. Menurut Spencer, masyarakat dan institusi sosial berkembang dari bentuk yang sederhana menuju bentuk yang lebih kompleks melalui serangkaian tahapan adaptasi. Pandemi COVID-19 dapat dilihat sebagai katalis yang mempercepat proses evolusi sosial di Pasar Lakessi. Sebelum pandemi, interaksi ekonomi dan sosial di pasar ini mungkin sudah menunjukkan tanda-tanda perubahan, namun pandemi memaksa percepatan adopsi teknologi dan restrukturisasi hubungan sosial.<sup>78</sup>

Kondisi Pasar sebelum dan sesudah adanya COVID-19, menurut Ibu Hj. Maryam dan Bapak Sudiarsyad hasil wawancara menyebutkan bahwa sebelum COVID-19 pasar masih terbilang normal dan masih didominasi oleh perdagangan fisik. Masih banyak pembeli yang datang berbelanja langsung ke pasar ketimbang berbelanja online. Sebelum pandemi selesai para pelanggan atau pengunjung kebanyakan kesulitan untuk datang ke Pasar Lakessi karena adanya peraturan isolasi mandiri yang membatasi. Dan pasca pandemi COVID-19 Pasar Lakessi mulai didatangi pengunjung.

---

<sup>78</sup>Ayubi, A., & Arifin, S, "Pandemi COVID-19 dan Adaptasi Digital pada Sektor Perdagangan Tradisional di Indonesia." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Indonesia*, 24(1), 23-34. (2021).

Pedagang grosir di Pasar Lakessi, yang sebelumnya mengandalkan transaksi tatap muka, terpaksa beralih ke teknologi digital dan platform e-commerce untuk tetap bertahan. Adaptasi ini mencerminkan pandangan spencer tentang bagaimana masyarakat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan yang signifikan. Selain itu, protokol kesehatan yang ketat, seperti pembatasan jumlah pengunjung dan penerapan transaksi non-tunai, menambah kompleksitas dalam sistem sosial di pasar tersebut. Ini sejalan dengan teori spencer bahwa masyarakat yang lebih kompleks cenderung memiliki struktur yang lebih terorganisir dan terspesialisasi untuk mengatasi tantangan baru.

Masalah sosial masyarakat pedagang setelah adanya COVID-19, Menurut Ibu Fauziah dan Ibu Sarifa Putri hasil wawancara mengatakan bahwa banyak masalah sosial yang dialami secara signifikan mulai dari pembatasan mobilitas dan penutupan toko yang terjadi akibat lockdown yang berdampak besar pada penjualan mereka. Kemudian dengan pengaruh dorongan keadaan yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan cepat, dengan memanfaatkan platform digital untuk menjual produk mereka secara online.

Setelah pandemi COVID-19, masyarakat pedagang mengalami penurunan tajam dalam pendapatan akibat pembatasan sosial dan penurunan daya beli konsumen. Pembatasan mobilitas dan penutupan pasar fisik juga memaksa mereka untuk beralih ke model bisnis online yang seringkali memerlukan keterampilan dan modal yang tidak tersedia bagi banyak pedagang. Ketidakpastian ekonomi dan kurangnya dukungan pemerintah yang memadai menambah beban sosial, meningkatkan stres dan ketidakamanan ekonomi dikalangan pedagang.

Bentuk perubahan yang dirasakan setelah adanya COVID-19, Menurut Ibu Sarifa Putri, Ibu Apsah dan Bapak Ahmad hamid hasil wawancara menyebutkan bahwa bentuk perubahan pola interaksi sosial yang sebelum COVID-19 interaksi antar pedagang di pasar lebih terjalin namun seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, interaksi kini lebih banyak dilakukan secara tidak langsung, misalnya melalui telfon, pesan singkat, atau media sosial. Sehingga

pasca pandemi COVID-19 pedagang beralih ke penjualan online yang lebih diminati oleh pembeli.

Setelah adanya COVID-19, bentuk perubahan yang dirasakan sangat luas dan mendalam di berbagai aspek kehidupan. Di bidang ekonomi, terjadi pergeseran signifikan dengan banyak bisnis yang beralih ke model digital dan e-commerce sebagai respons terhadap pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen. Perubahan ini mempercepat adopsi teknologi, dengan peningkatan penggunaan platform kerja jarak jauh, pertemuan terhadap kesehatan dan kebersihan, yang mempengaruhi kebiasaan sehari-hari serta pola interaksi sosial.

Pendapat pedagang semenjak COVID-19, Menurut Ibu Haswiah dan Ibu Fitriani hasil wawancara menyebutkan bahwa pedagang mengalami penurunan penjualan dikarenakan kesusahan dalam berjualan bahkan pemasokan barang yang sering terkendala akibat penutupan toko dan pembatasan interaksi sehingga permintaan dan keinginan pembeli menurun.

Sejak COVID-19, pendapat pedagang sering kali mencerminkan tantangan berat dan ketidakpastian yang mereka hadapi. Banyak pedagang melaporkan penurunan signifikan dalam pendapatan akibat penurunan jumlah pelanggan dan pembatasan operasional selama pandemi. Mereka merasa terbebani oleh kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan seperti pembatasan sosial dan pergeseran ke model bisnis online, yang seringkali memerlukan investasi tambahan dan keterampilan baru.

Di sisi lain, Max Weber dengan teori pilihan rasionalnya menyoroti bahwa perubahan sosial juga dipengaruhi oleh tindakan rasional individu yang berusaha untuk memaksimalkan keuntungan mereka dalam situasi tertentu. Pedagang grosir di Pasar Lakessi, menghadapi ketidakpastian ekonomi akibat pandemi, membuat keputusan yang rasional untuk mengubah strategi bisnis mereka. Misalnya, banyak

pedagang yang memilih untuk menekan biaya operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas.<sup>79</sup>

Langkah/solusi yang dilakukan saat terjadinya COVID-19, Menurut Ibu Anti dan Ibu Hj. Nana hasil wawancara menyebutkan bahwa selama pandemi COVID-19, pedagang grosir di pasar lakessi kota parepare mengambil tindakan langkah dan solusi menghadapi tantangan yang muncul. Salah satu langkah utama adalah beralih ke platform digital dan e-commerce untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka. Sehingga menarik pembeli yang tidak bisa atau tidak mau datang ke pasar secara langsung sehingga layanan pengiriman barang menjadi solusi penting untuk tetap menjangkau pembeli.

Selama pandemi COVID-19, berbagai langkah dan solusi diambil untuk mengatasi dampak krisis ini, baik oleh individu, bisnis, maupun pemerintah. Ditingkat individu dan bisnis, banyak yang beralih ke model kerja jarak jauh dan teknologi digital untuk mempertahankan operasional, dengan peningkatan penggunaan platform online untuk pertemuan, kolaborasi, dan transaksi.

Proses Jual beli setelah pandemi COVID-19, Menurut Bapak Rahmatan dan Ibu Ulfa hasil wawancara menyebutkan bahwa proses jual beli di pasar mengalami perubahan meskipun sebagian besar aktivitas telah kembali ke tingkat normal. Selama pandemi, dimana pedagang terdorong mengadopsi teknologi digital dan melakukan sistem pembayaran tanpa kontak yang sebelumnya saat COVID-19 dilakukan agar mengurangi penularan setelah pandemi mereda, hal tersebut tetap ada dimana konusmen dan pedagang kini lebih terbiasa dengan metode pembayaran elektronik dan belanja online. Dengan kata lain, meskipun suasana pasar kembali hidup adaptasi teknologi dan kebiasaan baru yang berkembang selama pandemi tetap mempengaruhi cara jual beli di pasar.

Setelah pandemi COVID-19, proses jual beli mengalami transformasi yang signifikan, terutama dalam hal adopsi teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

---

<sup>79</sup>Utami, L., & Handoko, D. "Pilihan Rasional dalam Pengambilan Keputusan Bisnis: Studi Kasus Pedagang Grosir di Pasar Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 79-92. Tahun 2019.

Pembatasan sosial dan kekhawatiran akan kesehatan mendorong konsumen untuk beralih ke belanja online sebagai pilihan utama, menyebabkan lonjakan besar dalam e-commerce. Banyak bisnis yang sebelumnya mengandalkan toko fisik kini memperluas atau membangun platform online untuk menjangkau pelanggan, menerapkan sistem pembayaran digital, dan menawarkan opsi pengiriman yang lebih fleksibel. Selain itu pembeli menjadi lebih selektif dalam memilih produk pilihan mereka yang lebih praktik ramah lingkungan. Perubahan ini mencerminkan adaptasi terhadap tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi dan menciptakan pola baru dalam proses jual beli di era pasca-pandemi.

Pembahasan penelitian terkait dengan bentuk perubahan sosial yang dirasakan oleh pedagang pakaian grosir dapat dilihat melalui berbagai perspektif teori perubahan sosial yang dimana bentuk perubahan sosial pasca pandemi COVID-19 di Pasar Lakessi terdiri dua yaitu Perubahan yang tidak direncanakan dan evolusi. Perubahan yang tidak direncanakan dan terjadi secara tiba-tiba akibat adanya pandemi COVID-19 yang memaksa para pedagang untuk beradaptasi dengan teknologi. Dalam proses tersebut, para pedagang secara perlahan mengembangkan penjualan online dan tidak hanya berfokus pada penjualan di pasar saja.

Perubahan evolusi terlihat dari proses yang secara alami dan tidak terelakkan dimana pedagang dituntut untuk beradaptasi dengan cepat, berinovasi, dan memperkuat daya saing agar dapat bertahan dan berkembang secara bertahap. Proses evolusi yang terjadi pada pedagang juga melahirkan gaya hidup baru pasca pandemi yang memunculkan tren belanja daring yang lebih unggul.

Teori perubahan sosial dapat membantu kita memahami berbagai bentuk perubahan yang dialami oleh pedagang grosir pakaian dalam merespon perubahan di dalam pasar yang bergerak cepat. Salah satu perubahan sosial yang paling terlihat adalah pergeseran preferensi dan perilaku konsumen, sebelum pandemi konsumen lebih terbiasa dengan belanja langsung di pasar. Namun, pembatasan mobilitas selama pandemi telah mendorong konsumen untuk beralih ke platform belanja daring, ini merupakan perubahan yang signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, yang

memaksa pedagang grosir untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan distribusi mereka.<sup>80</sup>

Perubahan-perubahan ini menunjukkan bahwa pedagang grosir pakaian tidak hanya menghadapi tantangan struktural, tetapi juga transformasi dalam aspek-aspek sosial seperti preferensi, nilai, dan perilaku konsumen. Kemampuan mereka untuk memahami dan merespon berbagai bentuk perubahan sosial akan menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Menurut teori sosiologi bahwa aspek perubahan sosial yang dialami oleh pedagang grosir pakaian di pasar pasca pandemi COVID-19 dapat dikaji melalui beberapa bentuk perubahan sosial. Pertama, terjadi perubahan struktural dalam sistem ekonomi dan perdagangan. Kedua, terjadi perubahan kultural berupa pergeseran nilai dan norma dalam praktik perdagangan. Ketiga, terdapat perubahan interaksional dalam relasi sosial antar pedagang dan antara pedagang dengan pembeli. Keempat, terjadi perubahan teknologis dengan semakin meningkatnya adopsi teknologi digital dalam proses bisnis. Pedagang dituntut untuk beradaptasi secara cepat dan komprehensif agar dapat bertahan dalam menghadapi kondisi yang sangat berbeda dari sebelumnya.<sup>81</sup>

Sosial itu adalah cara di mana individu bekerja sama satu sama lain. Jika dilihat dari sudut pandang masyarakat, yang dimaksud dengan “sosial” di sini adalah segala sesuatu dan segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem kehidupan bersama atau kehidupan bermasyarakat, dimulai dengan seseorang atau sekelompok orang yang memiliki struktur, organisasi, nilai, dan tujuan dalam kehidupan<sup>82</sup>.

---

<sup>80</sup> Andina Prasetya, Muhammad Fadhil Nurdi, Wahyu gunawan, *Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal*, Cet; 1 (Sumedang: Jurnal pendidikan sosiologi, 2021).

<sup>81</sup> Nur indah ariyani, Okta hadi nurcahyono, *Digitalisasi Pasar Tradisional, Perspektif Teori Perubahan Sosial*, Cet; 1 (Yogyakarta: Jurnal analisa sosiologi, 2014).

<sup>82</sup> Arifuddin M. Arif, “Perspektif Teori Sosial Emile Durkheim Dalam Sosiologi Pendidikan,” *Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial* 1, no. 2 (2020): 1–14, <https://doi.org/10.24239/moderasi.vol1.iss2.28>.

Hasil penelitian yang dilakukan, upaya yang dilakukan oleh pedagang dalam mengatasi perubahan sosial dengan mengambil jalan berjualan online untuk memenuhi kebutuhan mereka dikarenakan pendapatan yang berkurang. Seperti pada beberapa informan yang mengemukakan bahwa informan sembari jualan di pasar juga berjualan online akibat dalam beradaptasi setelah pasca pandemi. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menambah penghasilan. Begitu juga dengan informan lainnya, yang berupaya yang dilakukan ialah mencoba berjualan online tapi tidak berjalan dengan mulus tetap semangat menjalankannya dengan tidak menyerah tetap berdagang baik di dalam pasar maupun jualan berbasis online.

Pasca pandemi, perubahan sosial masyarakat tentu harus beradaptasi kembali sehingga aktivitas atau perilaku masyarakat yang menerapkan model atau gaya hidup sehari-hari atau pekerjaan yang baru dan berbeda. Kebiasaan baru setelah pandemi yang masih tersisa hingga sekarang pada masyarakat pasar Lakessi pada aspek keamanan masih terlihat sangat jelas, seperti halnya kebiasaan memakai masker. Penggunaan masker yang telah lama melekat pada masyarakat pada saat melakukan kegiatan dagangnya di masa pandemi masih dilakukan oleh beberapa orang hingga sekarang, pengalaman akan adanya pandemic COVID-19 membuat perilaku kewaspadaan timbul di dalam diri setiap individu yang merasa sadar akan pentingnya menjaga pola perilaku hidup sehat. Kebiasaan memakai masker juga bukan menjadi penghalang untuk melakukan kegiatan, kebiasaan ini juga menjadi bagian dari upaya menjaga keberlanjutan perilaku hidup sehat setelah adanya pandemi COVID-19.

Di masa pandemi COVID-19, masyarakat secara keseluruhan harus mampu bertahan di tengah gejolak pandemi yang tidak tahu kapan akan berakhir. Suatu sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya. Setelah pandemi hadir di lingkungan Pasar Lakessi, masyarakat harus bisa menata ulang rencana ke depan atau tujuan awal mereka. COVID-19 bukanlah sebuah alasan untuk mundur; individu harus mampu bertahan hidup dalam lingkungan ekonomi yang tidak stabil. Sehingga akhirnya pandemi berakhir dan warga masyarakat pasar Lakessi melaluinya dengan baik.

Melalui kaca mata teori pilihan rasional, perubahan sosial yang dialami oleh pedagang grosir pakaian di Pasar Lakessi pasca pandemi COVID-19 dapat dilihat dari bagaimana mereka membuat pilihan-pilihan rasional untuk beradaptasi dengan kondisi yang berubah. Dalam teori pilihan rasional, individu diasumsikan sebagai aktor yang berusaha memaksimalkan utilitas atau keuntungan mereka dengan membuat pilihan-pilihan rasional. Dalam konteks pedagang grosir pakaian, pandemi telah mengubah parameter dan insentif yang mempengaruhi pilihan-pilihan rasional mereka.

Salah satu bentuk perubahan sosial yang jelas terlihat adalah pergeseran preferensi dan strategi bisnis pedagang. Dengan adanya pembatasan mobilitas, penurunan daya beli, dan perubahan pola konsumsi masyarakat, pedagang harus membuat pilihan-pilihan rasional untuk mempertahankan usahanya. Ini dapat berupa keputusan untuk beralih ke perdagangan online, menyesuaikan jenis dan jumlah stok barang, atau merancang promosi dan diskon yang menarik bagi pembeli.

Dampak dari pilihan-pilihan rasional pedagang tersebut dapat dilihat pada perubahan interaksi sosial di pasar. Dengan semakin banyak transaksi yang dilakukan secara daring, intensitas interaksi tatap muka antara pedagang dan pembeli berkurang. Ini juga mengubah pola kerjasama dan koordinasi antar pedagang, yang cenderung lebih bergantung pada teknologi komunikasi virtual.

Dengan demikian, teori pilihan rasional membantu menjelaskan bagaimana pedagang grosir pakaian di pasar membuat keputusan-keputusan yang dianggap paling menguntungkan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi akibat pandemi. Pilihan-pilihan rasional tersebut pada akhirnya mengubah berbagai aspek sosial, ekonomi, dan budaya di lingkungan pasar.

Menurut perspektif teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber, perubahan sosial yang terjadi pada pedagang grosir pakaian di pasar pasca pandemi COVID-19 dapat dianalisis berdasarkan empat tipe tindakan sosial. Pertama, tindakan rasional instrumental dalam konteks ini, pedagang membuat keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien, seperti

mempertahankan pendapatan dan kelangsungan usaha mereka. Misalnya, beralih ke penjualan daring, menyesuaikan jenis dan jumlah stok barang, serta menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Kedua, tindakan rasional nilai. Pedagang juga dapat melakukan tindakan yang digerakkan oleh nilai-nilai atau keyakinan tertentu, seperti semangat kewirausahaan, solidaritas antar pedagang, atau tanggung jawab sosial. Hal ini tampak pada upaya kolektif pedagang untuk saling membantu dan mencari solusi bersama ditengah tantangan pandemi. Ketiga, tindakan afektif. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian pedagang juga dapat bertindak berdasarkan emosi, perasaan, atau sentimen tertentu. Misalnya, kekhawatiran akan kesehatan dan keselamatan diri dan keluarga, kecemasan akan kehilangan mata pencaharian, atau keinginan untuk tetap mempertahankan tradisi dan identitas sebagai pedagang pasar. Keempat, tindakan tawar menawar. Meskipun menghadapi perubahan besar pedagang dapat pula mempertahankan kebiasaan, norma, dan rutinitas lama yang sudah menjadi bagian dari budaya pasar. Misalnya pola interaksi dan negosiasi yang telah mengakar, atau ritual khusus dalam perdagangan.

Dinamika antara keempat tipe tindakan sosial ini mencerminkan perubahan yang dialami oleh pedagang grosir pakaian di pasar. Pilihan-pilihan rasional, nilai-nilai, emosi, dan tradisi bercampur baur, membentuk pola-pola baru dalam praktik perdagangan. Dampak perubahan tersebut dapat dilihat pada transformasi struktur sosial, relasi, dan budaya di lingkungan pasar. Interaksi antar pedagang, antara pedagang dan pembeli, serta antara pedagang dan otoritas pengelola pasar mengalami pergeseran yang signifikan. Keempat tipe tindakan ini digunakan untuk menganalisis bagaimana individu atau kelompok merespon dan menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi disekitarnya.<sup>83</sup>

Berikut adalah tabel perbandingan pendapatan penjualan pedagang grosir saat berjualan online dan offline, dengan mempertimbangkan pengaruh COVID-19. Tabel

---

<sup>83</sup> Muhammad supraja, *Rekonstruksi Teori tindakan Max Weber*, Cet; 1 (Yogyakarta: Jurnal pemikiran sosiologi,2012).

ini memberikan gambaran tentang bagaimana pandemi telah mempengaruhi pendapatan dan perubahan dalam metode penjualan.

Kategori	Penjualan Offline Sebelum COVID-19	Penjualan Offline Setelah COVID-19	Penjualan Online Sebelum COVID-19	Penjualan Online Setelah COVID-19
<b>Pendapatan Per Hari</b>	Rp. 50,000	Rp. 20,000	Rp. 10,000	Rp. 60,000
<b>Perilaku Pembeli</b>	✓	✓	—	✓
<b>Perilaku Penjual</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Frekuensi Transaksi</b>	500 transaksi	200 transaksi	100 transaksi	600 transaksi
<b>Jumlah Pelanggan</b>	1,000 pelanggan	500 pelanggan	200 pelanggan	800 pelanggan
<b>Biaya Operasional</b>	Rp. 15,000	Rp. 10,000	Rp. 5,000	Rp. 8,000
<b>Pangsa Pasar</b>	70%	30%	30%	70%
<b>Tingkat Kepuasan Pelanggan</b>	85%	70%	75%	85%
<b>Waktu Pengiriman</b>	N/A	N/A	3-5 hari	1-3 hari
<b>Penurunan/Peningkatan Pendapatan</b>	-60%	+500%	-	+500%

Mengaitkan teori perubahan sosial dari Herbert Spencer dengan teori pilihan rasional Max Weber, kita dapat melihat bahwa perubahan sosial di Pasar Lakessi Kota Parepare pasca pandemi COVID-19 merupakan hasil dari kombinasi antara evolusi sosial yang dipercepat dan keputusan rasional individu yang berusaha untuk bertahan dan berkembang dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Pandemi telah memaksa para pedagang grosir untuk mengadopsi teknologi baru, merestrukturisasi hubungan sosial, dan membuat keputusan bisnis yang lebih efisien untuk menghadapi

tantangan yang ada. Kedua teori ini membantu kita memahami bahwa perubahan sosial adalah proses yang kompleks, melibatkan adaptasi sistemik dan keputusan individu yang rasional.

## **2. Dampak Perubahan Sosial Pasca Pandemi di Pasar Lakessi Kota Parepare**

Dampak perubahan sosial yang dirasakan pedagang grosir yaitu yang umumnya pembeli tidak lagi datang ke pasar untuk berbelanja langsung, mereka beralih ke belanja online sehingga para pedagang terpaksa berpindah alternatif saluran penjualan agar dapat bertahan. Salah satu opsi yang tumbuh pesat adalah beralih ke platform perdagangan daring atau e-commerce. Platform online menawarkan akses ke pasar yang lebih luas meskipun toko fisik tutup. Menurut Ibu Hj. Maryam dan Bapak Angga hasil wawancara menyebutkan bahwa selama pandemi COVID-19 pedagang merasakan dampak yang signifikan terhadap usaha mereka dimana penurunan drastis dalam jumlah pembeli yang diakibatkan adanya pembatasan sosial, lockdown, dan penutupan pasar menyebabkan kurangnya aktivitas perdagangan. Banyak pembeli yang menghindari pergi ke pasar untuk mengurangi resiko terpapar virus, sehingga pedagang grosir kehilangan banyak pembeli tetap. Pedagang grosir diharsukan beradaptasi dengan situasi ini, mengelola stok dengan lebih hati-hati, dan mencari sumber pasokan alternatif untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka.

Pandemi COVID-19 telah menciptakan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi di seluruh dunia, termasuk di Pasar Lakessi Kota Parepare. Sebagai salah satu pusat perdagangan grosir utama, pasar ini mengalami perubahan sosial yang mendalam, yang dapat dianalisis melalui perspektif teori perubahan sosial dari Herbert Spencer dan teori pilihan rasional dari Max Weber. Kedua teori ini membantu menjelaskan bagaimana pedagang grosir di Pasar Lakessi menavigasi perubahan yang terjadi pasca pandemi dan bagaimana keputusan-keputusan yang mereka ambil membentuk struktur sosial yang baru di pasar tersebut.

Penelitian terdahulu oleh Rahmawati et al, menunjukkan bahwa pandemi telah mempercepat adopsi teknologi digital di pasar tradisional di Indonesia. Dalam studi mereka, Rahmawati et al. menemukan bahwa pedagang yang lebih cepat beradaptasi

dengan teknologi cenderung memiliki kinerja bisnis yang lebih baik selama pandemi. Hal ini sejalan dengan teori Spencer bahwa masyarakat berkembang menjadi lebih kompleks dengan integrasi teknologi yang lebih dalam ke dalam struktur sosialnya.<sup>84</sup>

Selama pandemi COVID-19, pedagang grosir di pasar lakessi kota Parepare mengalami dampak yang mengubah cara mereka beroperasi. Pembatasan sosial dan karantina mempengaruhi aliran barang dan menyebabkan gangguan pada rantai pasokan, mengakibatkan kekurangan stok dan peningkatan harga barang. Selain itu, pedagang grosir harus mengatasi kesulitan keuangan akibat pendapatan yang menurun dan ketidakpastian pasar yang berkepanjangan. Beberapa diantaranya berusaha untuk beralih ke platform digital untuk memperluas jangkauan dan mengelola penjualan secara lebih efisien, tetapi perubahan ini memerlukan investasi tambahan dan keterampilan baru. Secara keseluruhan, pandemi memaksa pedagang grosir untuk menghadapi tantangan besar dalam hal operasional, keuangan, dan adaptasi terhadap lingkungan pasar yang berubah dengan cepat.

Alasan pedagang masih tetap berdagang ditengah situasi pandemi COVID-19, Menurut Ibu Apsah dan Bapak Ahmad hamid hasil wawancara mengatakan bahwa pedagang memilih untuk tetap berdagang ditengah situasi yang sulit ini karena bagi mereka berdagang adalah satu-satunya sumber pendapatan mereka, tanpa usaha ini mereka tidak akan memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dan keluarga.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan akibat pandemi COVID-19, banyak pedagang grosir memilih untuk tetap berdagang di pasar karena beberapa alasan. Pertama, mereka harus memastikan kelangsungan bisnis dan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kewajiban, baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain. Pasar grosir sering kali berfungsi sebagai tulang punggung rantai pasoka, menyediakan barang-barang penting kepada pengecer dan usaha kecil yang

---

<sup>84</sup>Rahmawati, S., Nugraha, A., & Prasetya, D. "Adopsi Teknologi Digital oleh Pedagang Pasar Tradisional Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 8(1), 45-58. Thn-2020

juga terkena dampak pandemi. Selain itu, beberapa pedagang grosir melihat kesempatan untuk beradaptasi dan berinovasi dalam model bisnis mereka, seperti dengan meningkatkan kehadiran online dan mengembangkan strategi distribusi baru untuk mengatasi tantangan pandemi.

Pendapatan penjualan pedagang ditengah situasi pandemi COVID-19, Menurut Ibu Fauziah dan Ibu Sarifa Putri hasil wawancara menyebutkan bahwa penjualan dan pendapatan pedagang grosir di pasar lakessi kota Parepare mengalami penurunan yang signifikan yang diakibatkan oleh lockdown, pembatasan sosial dan ketakutan masyarakat akan penularan virus menyebabkan jumlah pengunjung pasar menurun drastis. Selama beberapa bulan pertama Ibu Sarifa mengatakan mengalami penurunan sekitar 40-5-% dibandingkan sebelum pandemi COVID-19 dikarenakan banyak pembeli yang takut keluar rumah dan tidak datang ke pasar lagi berbelanja.

Selama pandemi COVID-19, pendapatan penjualan pedagang grosir di pasar mengalami berbagai faktor dimana pedagang grosir menghadapi penurunan pendapatan yang tajam karena dampak langsung dari pembatasan sosial, penutupan sementara pasar, dan penurunan permintaan dari pembeli terpaksa mengurangi pemasukan mereka. Gangguan dalam rantai pasokan juga mengakibatkan kekurangan stok, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk memenuhi permintaan dan berpotensi mengakibatkan kehilangan pendapatan, Disamping itu banyak pedagang grosir terpaksa mengadaptasi model bisnis mereka dengan beralih ke platform digital dan sistem pemesanan online untuk mengatasi penurunan aktivitas pasar fisik.

Strategi yang dilakukan pedagang grosir sehingga tetap ingin berdagang ditengah situasi pandemi COVID-19, Menurut Ibu Haswiah dan Ibu Fitriani hasil wawancara menyebutkan bahwa pedagang menerapkan strategi utama dimana mengadopsi teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Menggunakan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online, sehingga dapat menjangkau pembeli yang lebih luas tanpa harus bergantung pada kunjungan fisik ke pasar. Selain itu mereka menawarkan layanan pengiriman

dan pemesanan melalui aplikasi pesan singkat, yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin berbelanja dari rumah.

Di tengah situasi pandemi COVID-19, pedagang grosir pakaian menerapkan berbagai strategi untuk tetap dapat berjualan dan menjaga kelangsungan bisnis mereka. Salah satu langkah utama adalah beralih ke platform e-commerce dan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang semakin banyak melakukan pembelian secara online. Dengan membangun toko online atau memanfaatkan pasar digital, mereka dapat terus menjual produk meskipun pasar fisik mengalami pembatasan dan penutupan. Selain itu, pedagang grosir pakaian mengadaptasi strategi pemasaran mereka dengan menawarkan promosi, diskon, dan paket bundling untuk menarik perhatian konsumen yang mungkin lebih berhati-hati dalam berbelanja. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, pedagang menggunakan protokol kesehatan yang ketat dalam proses penyimpanan dan pengiriman, serta memberikan opsi pengembalian yang fleksibel. Dengan demikian, melalui adaptasi teknologi, promosi kreatif, dan penguatan layanan, pedagang grosir pakaian berusaha menjaga daya saing dan memastikan bahwa bisnis mereka tetap beroperasi di tengah ketidakpastian pandemi.

Max Weber menjelaskan bahwa tindakan sosial seringkali didasarkan pada pilihan rasional yang dilakukan individu untuk memaksimalkan keuntungan atau mengurangi kerugian dalam situasi tertentu. Selama pandemi, pedagang grosir di Pasar Lakessi menghadapi penurunan drastis dalam jumlah pengunjung dan pembeli. Sebagai respons, mereka membuat keputusan strategis, seperti mengurangi stok, mengalihkan penjualan ke platform online, atau bekerja sama dengan layanan pengiriman barang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Penelitian terdahulu oleh Suryani, menekankan bahwa keputusan-keputusan ini didasarkan pada pertimbangan rasional untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Studi ini menemukan bahwa pedagang yang mampu melakukan perubahan strategi bisnis secara cepat cenderung lebih berhasil dalam menjaga stabilitas ekonomi mereka selama pandemi. Ini mendukung teori

Weber bahwa tindakan rasional individu memainkan peran kunci dalam adaptasi terhadap perubahan sosial yang mendadak.<sup>85</sup>

Cara pedagang menstabilkan pendapatan selama pandemi COVID-19, Menurut Ibu Anti dan Ibu Hj. Nana hasil wawancara mengatakan bahwa selama pandemi COVID-19 pedagang grosir di pasar lakessi kota Parepare melakukan berbagai cara untuk menstabilkan pendapatan mereka dalam menghadapi tantangan pandemi. Salah satunya adalah mengadopsi teknologi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan tetap berjualan meskipun kunjungan ke pasar langsung menurun. Sehingga pedagang menawarkan layanan pesan antar yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Dengan memperluas jaringan penjualan dengan teknologi tentu lebih memudahkan dan meningkatkan daya tarik pembeli untuk melakukan pembelian walaupun dengan metode non tunai.

Selama pandemi COVID-19, salah satu cara pedagang grosir menstabilkan pendapatan mereka ditengah ketidakpastian ekonomi adalah dengan saluran penjualan yang diperluas melalui kehadiran mereka secara online melalui situs e-commerce dan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada pasar fisik yang terbatas. Mereka juga meningkatkan efisien operasional dengan memperbaiki sistem logistik dan pengiriman, memastikan barang-barang penting dapat sampai ke konsumen dengan cepat dan aman.

Proses adaptasi ini tidak mudah bagi sebagian pedagang, terutama mereka yang terbiasa dengan model bisnis lama dengan berjualan di dalam pasar saja dan kurang terampil menggunakan teknologi digital. Namun, dorongan untuk tetap berjualan dan mempertahankan pendapatan telah mendorong banyak pedagang untuk mempelajari cara berjualan daring, mulai dari membuat toko online, mengelola media sosial, hingga melakukan pembayaran digital. Transformasi ini menunjukkan bahwa

---

<sup>85</sup>Suryani, E., Hartono, B., & Wiryawan, I. "Pilihan Rasional Pedagang Pasar Tradisional dalam Situasi Krisis: Studi Kasus Pandemi COVID-19." *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 18(2), 89-101. Thn. 2021.

pandemi COVID-19 telah menjadi penyebab bagi percepatan teknologi bagi pedagang grosir. Perubahan ini kemungkinan akan berlanjut dan semakin mengakar dalam jangka panjang, mengubah cara masyarakat berbelanja dan berdagang secara permanen.

Pedagang menghadapi sejumlah tantangan yang dimana beralih ke platform online memerlukan investasi awal dalam perangkat, koneksi internet, dan pembelajaran sistem e-commerce. Pedagang juga menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan ribuan penjual lain di platform online, sehingga harus bekerja lebih keras untuk menonjol. Membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi di lingkungan online yang tidak bersifat personal dapat menjadi tantangan lain bagi pedagang. Tidak semua pedagang mahir menggunakan teknologi digital, sehingga memerlukan pembelajaran dan penyesuaian. Meskipun terdapat tantangan, keuntungan yang ditawarkan platform online umumnya mendorong pedagang untuk beralih dan berinvestasi dalam transformasi digital bisnisnya.

Perbandingan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Malik Ibrahim bahwa faktor perubahan sosial yang dialami pedagang di pasar yang menyesuaikan model bisnis dan strategi pemasaran mereka disebabkan pembatasan mobilitas dan pemberlakuan kebijakan physical distancing berdampak pada penurunan jumlah pembeli yang datang ke pasar. Untuk mengatasinya, banyak pedagang grosir yang beralih ke platform digital, seperti membuka toko online, memanfaatkan aplikasi pesan instan, atau bermitra dengan layanan pengiriman. Hal ini memungkinkan mereka menjangkau konsumen secara lebih luas, meskipun harus beradaptasi dengan teknologi dan cara berjualan baru.

Kedua penelitian menekankan bahwa para pedagang grosir di pasar mengalami perubahan sosial dan berdampak pada perekonomian dan gaya hidup mereka. Namun perubahan yang terjadi setiap pedagang berbeda-beda hal ini terjadi karena pola pikir dan keadaan pedagang yang berbeda-beda. Sejalan dengan hasil penelitian ini yang menyebutkan bahwa bentuk perubahan sosial yang terjadi Tentu saja, menyebabkan

dampak kesadaran publik dimana akan menjadi langkah awal dalam menetapkan tujuan.

Kesadaran ini tidak hanya menghasilkan kesadaran pribadi, tetapi juga menghasilkan kesadaran masyarakat luas. Perilaku adaptasi warga Pasar Lakessi merupakan wujud kesadaran bersama untuk terus memperhatikan lingkungan sosial agar terus dapat beradaptasi dengan hal baru. Karena masyarakat berada dalam masa transisi atau perpindahan, maka strukturnya menganut sistem tindakan. Akibatnya, masyarakat harus mematuhi empat skema yang digariskan dalam teori perubahan sosial yang menganut; beradaptasi, memiliki tujuan hidup, menjalin hubungan positif, dan memotivasi diri sendiri.

Pandemi COVID-19 telah mempercepat perubahan sosial di Pasar Lakessi Kota Parepare, terutama di kalangan pedagang grosir. Dengan menggunakan teori Herbert Spencer dan Max Weber, serta mengaitkannya dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa pandemi memaksa pedagang grosir untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan sosial dan ekonomi. Teori Spencer membantu menjelaskan evolusi sosial yang terjadi, sementara teori Weber memberikan wawasan tentang bagaimana tindakan rasional pedagang dalam menghadapi perubahan ini. Penelitian terdahulu mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa adopsi teknologi dan perubahan strategi bisnis merupakan respons rasional terhadap situasi krisis yang dihadirkan oleh pandemi.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari perubahan sosial pedagang di Pasar Lakessi Pare-Pare dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk Perubahan sosial pasca pandemi COVID-19 di Pasar Lakessi terdiri dari dua yaitu perubahan yang tidak direncanakan dan perubahan evolusi. Perubahan yang tidak direncanakan/dikehendaki terlihat pada kondisi pandemi COVID-19 yang memaksa para pedagang untuk beradaptasi dengan teknologi. Dalam proses tersebut, para pedagang secara perlahan mengembangkan penjualan online. Perubahan Proses evolusi yang terjadi pada pedagang melahirkan gaya hidup baru pasca pandemi yang memunculkan tren belanja daring yang lebih unggul. Pergeseran yang pesat menuju digitalisasi dan e-commerce. Sebelumnya, banyak pedagang grosir yang mengandalkan transaksi tatap muka kini beralih ke platform online untuk menjangkau pelanggan mereka, dengan mengikuti tren yang berkembang selama pandemi seperti belanja online dan pengirim langsung ke rumah.
2. Dampak perubahan terhadap pedagang grosir di Pasar Lakessi yaitu umumnya pembeli yang tidak lagi datang ke pasar untuk berbelanja langsung, melainkan beralih menggunakan smartphone dengan membuka situs belanja online. Adapun dua dampak yang diperoleh oleh pedagang grosir adalah : 1) Penghasilan pedagang yang menurun, 2) Mendorong pedagang memperluas jangkauan penjualan melalui media belanja online.

## **B. Saran**

Dengan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas. Maka peneliti ingin memberikan saran yaitu:

1. Disarankan untuk pedagang dapat memaksimalkan penjualan online yang dapat membantu untuk memenuhi dan meningkatkan kebutuhan hidup mereka dan dapat beradaptasi dengan cepat mengikuti perkembangan zaman.
2. Perlunya edukasi kepada pedagang tentang literasi digital dibidang ekonomi atau pelatihan semacamnya kepada para pedagang karena dengan hal ini bisa memberikan pedagang keterampilan lain selain berdagang dan dapat membantu mereka dalam memperbaiki ekonomi.
3. Dengan hasil penelitian yang diperoleh hendaknya para pemerintah setempat tidak lepas tangan dan turut andil membantu terkait dengan kebutuhan dan program-program yang dapat menyejahterakan para pedagang di pasar Lakessi.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Prasetya., Nurdin, M. F., & Gunawan, W. Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal. *Sosietas*, 2021.
- Ariyani Nur Indah, Okta Hadi Nurcahyono, Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial, *Jurnal ; Analisa Sosiologi*, Vol. 3, No.1, 2014
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011, Cet. 2, h. 129
- Fadhillah, Siti Ulfi Kurotin dan Titik Indarti. "Pertukaran Sosial Dalam Novel Sang Pewarta Karya Aru Armando Prespektif Teori Pertukaran Sosial George C. Homans, 2020
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004
- Hasan M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000
- Hatu Rauf, Perubahan Sosial Kultural Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik), *Jurnal; Inovasi*, Vol.8, No. 4, 2011
- Husain Husman, *Metodelogi Penelitian Sosial* Jakarta : Bumi aksara, 1996
- K Mikail,, Panorama, M., & Otoman, O. Stabilitas UMKM terhadap pemulihan ekonomi masyarakat Palembang pasca pandemic COVID-19. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*. 2022
- Kasnawi M. Tahir, Sulaiman Asang, Konsep Dan Pendekatan Perubahan Sosial, *Jurnal; IpeM*, Vol.44, No. 39, 2014
- Lubis Rusdi Hamka, Ahmad Fuad, Implementasi Teori Pertukaran Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia, *Jurnal Syariah*, Vol. 7, No. 2, 2019
- Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial Di Dalam Era Virtualitas)*, Cet; 1. Shofia-CV. Loe Makassar, 2019.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2008
- Mighfar Shokhibul, SOCIAL EXCHANGE THEORY: Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial, *jurnal; Pengembangan pengembangan, dan kebudayaan*, Vol.9, No. 2, 2015
- Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007

- Muttaqien Priya Falaha, Kajian Literatur Sistematis Teori Pertukaran Sosial Dalam Hubungan Dua Arah, *Jurnal;Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol.4. NO. 1, 2023.
- Pattanang Emik, Dkk, Perencanaan Pelaksanaan Pembelajaran Tatap Muka Di Masa Pandemi Pada Smk Kristen Tagar, *jurnal ; Manajemen Pendidikan*, Vol. 10, No. 2, 2021
- Puspita, Enny Sylvie Puspita, hubungan pengetahuan tetanyang covid 19 pada pedagang di pasar tradisional, *Jurnal Insan Cendekia* Vol, 8 No.2, 2021
- Rahmi Ain, Mekanisme Pasar dalam Islam, *Jurnal ; Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2, 2015
- Saleh Lukman danIlya Revianti, Pertukaran Sosial Dalam *Online* Dating (Studi Pada Pengguna Tender Di Indonesia), *Jurnal Informatik Edisi ke-15* No.1, 2019
- Siregar Syofian, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012,
- Siyoto Sandu, & M. Ali Sodik, , *Dasar Metodologi Penelitian*, Cet; 1 Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015
- Wahyuningsih, C. D. (2020). Kenormalan baru dan perubahan sosial dalam perspektif sosiologi. *Mimbar Administrasi*, 17(2), 104-122.
- Rizki, dkk. Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten Dan Wonogiri, *jurnal; ilmu kesejahteraan sosial*, vol. 9. No. 1, 2020
- Siahaan Matdio, Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Dunia Pendidikan, *jurnal ; Kajian Ilmiah*, Vol. 1, No.1, 2020
- Abdussamad Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet; 1 Makassar: CV, Syakir Media Press, 2021
- Suryono Agus, *teori strategi perubahan sosia*, cet; 1, PT. Bumi aksara, 2019
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010,

## LAMPIRAN

### Lampiran 01 Pedoman Wawancara



NAMA MAHASISWA : NABILA LARASATI  
 NIM : 19.3500.021  
 FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
 PRODI : SOSIOLOGI AGAMA  
 JUDUL : PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI DI PASAR  
 LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS  
 PEDAGANG GROSIR)

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Bagaimana bentuk perubahan sosial paca pandemi di Pasar Lakessi?

1. Bagaimana kondisi pasar sebelum dan sesudah adanya COVID-19?
2. Apa saja masalah sosial masyarakat pedagang setelah adanya pandemi?
3. Apa saja bentuk perubahan apa yang dirasakan setelah adanya pandemi ?
4. Bagaimana pendapat Anda semenjak adanya pandemi?
5. Apa saja langkah atau solusi yang anda lakukan saat terjadinya pandemi?
6. Setelah pandemi, Bagaimana proses jual beli normal kembali seperti sediakala?

#### B. Bagaimana dampak perubahan sosial terhadap pedagang grosir di Pasar lakessi?

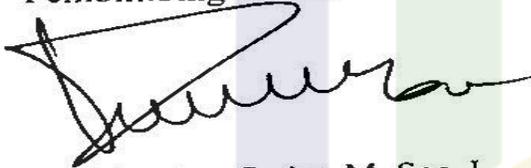
1. Bagaimana dampak yang anda rasakan selama pandemi?
2. Mengapa anda tetap ingin berdagang ditengah situasi pandemi?
3. Bagaimana pendapatan penjualan Bapak/Ibu ditengah situasi pandemi?
4. Bagaimana strategi yang anda lakukan, sehingga Anda tetap ingin berdagang ditengah pendemi?
5. Apa yang Bapak/Ibu lakukan untuk menstabilkan pendapatan selama pandemi?

Setelah mencermati pedoman wawancara dalam penyusunan skripsi mahasiswa, sesuai dengan judul tersebut, maka pada dasarnya instrumen penelitian tersebut, dipandang telah memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 1 April 2024

Mengetahui:

Pembimbing Utama



Dr. Iskandar, S. Ag. M. Sos. I  
NIP. 19750742009011006

Pembimbing Pendamping



Mahyuddin, S.Sos. M.A  
NIP. 199110312019031003

PAREPARE

## Lampiran 02 Bukti Hasil Wawancara

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. Maryam  
Alamat : Jl Rambutan NO 1  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :

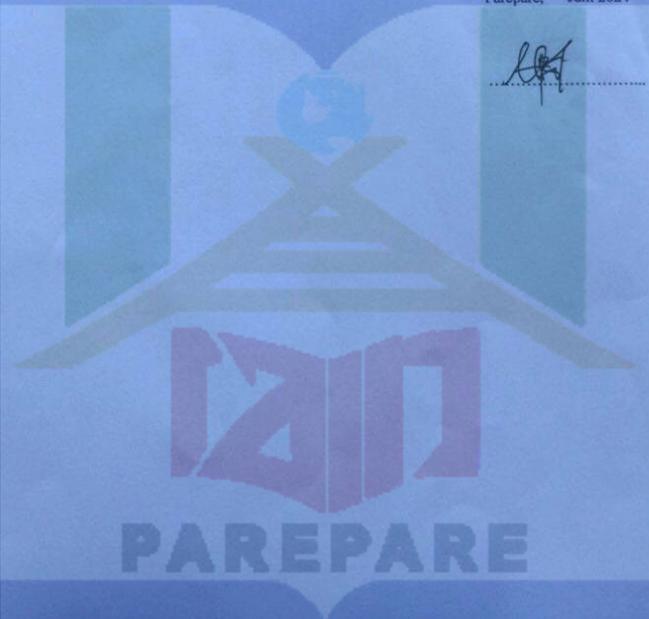
Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAK WAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"  
Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024





**PAREPARE**

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saesah Pusri  
Alamat : Ujung Ieoo  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :

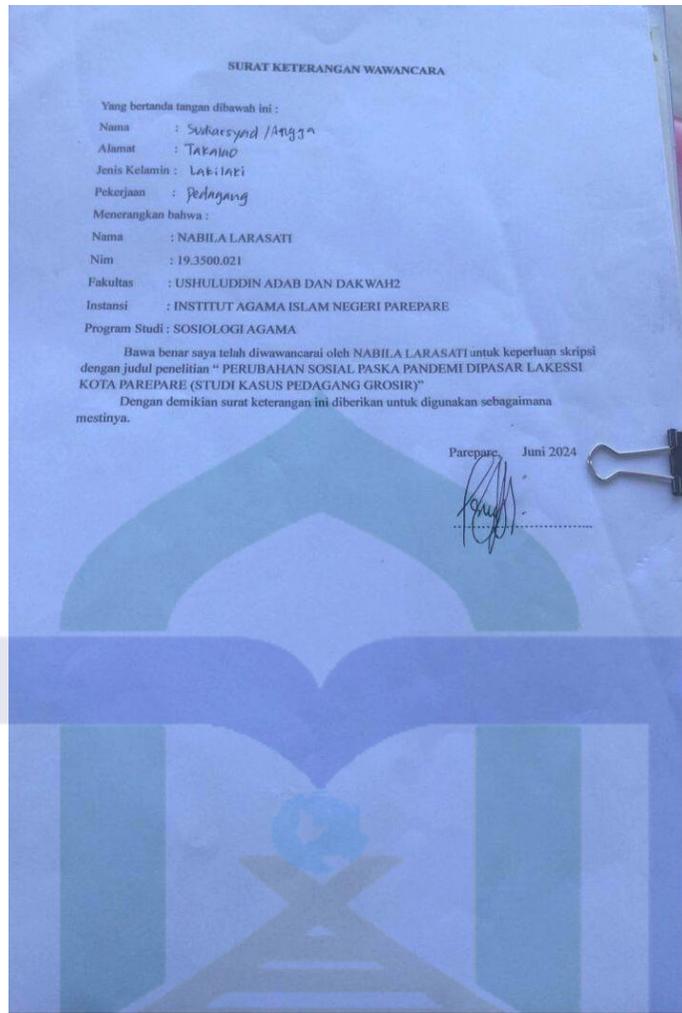
Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAK WAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi: SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"  
Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024  
  
SAESAH PUTRI





## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haswiah  
Alamat : Soreang  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :

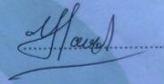
Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024



**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *Elumajar*  
Alamat : *DjN QALIA*  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :  
Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024  
*R. R. R.*



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fauziah

Alamat : Lasiming

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI

Nim : 19.3500.021

Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH2

Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024



PAREPARE

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FITRIANI  
Alamat : JL. H. A. M. ARSYAD  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Pekerjaan :

Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"  
Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024

*Fitriani*

PAREPARE

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ULFA  
Alamat : PERUMPAE Blok F /126  
Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Menerangkan bahwa :

Nama : NABILA LARASATI  
Nim : 19.3500.021  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH2  
Instansi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Program Studi : SOSIOLOGI AGAMA

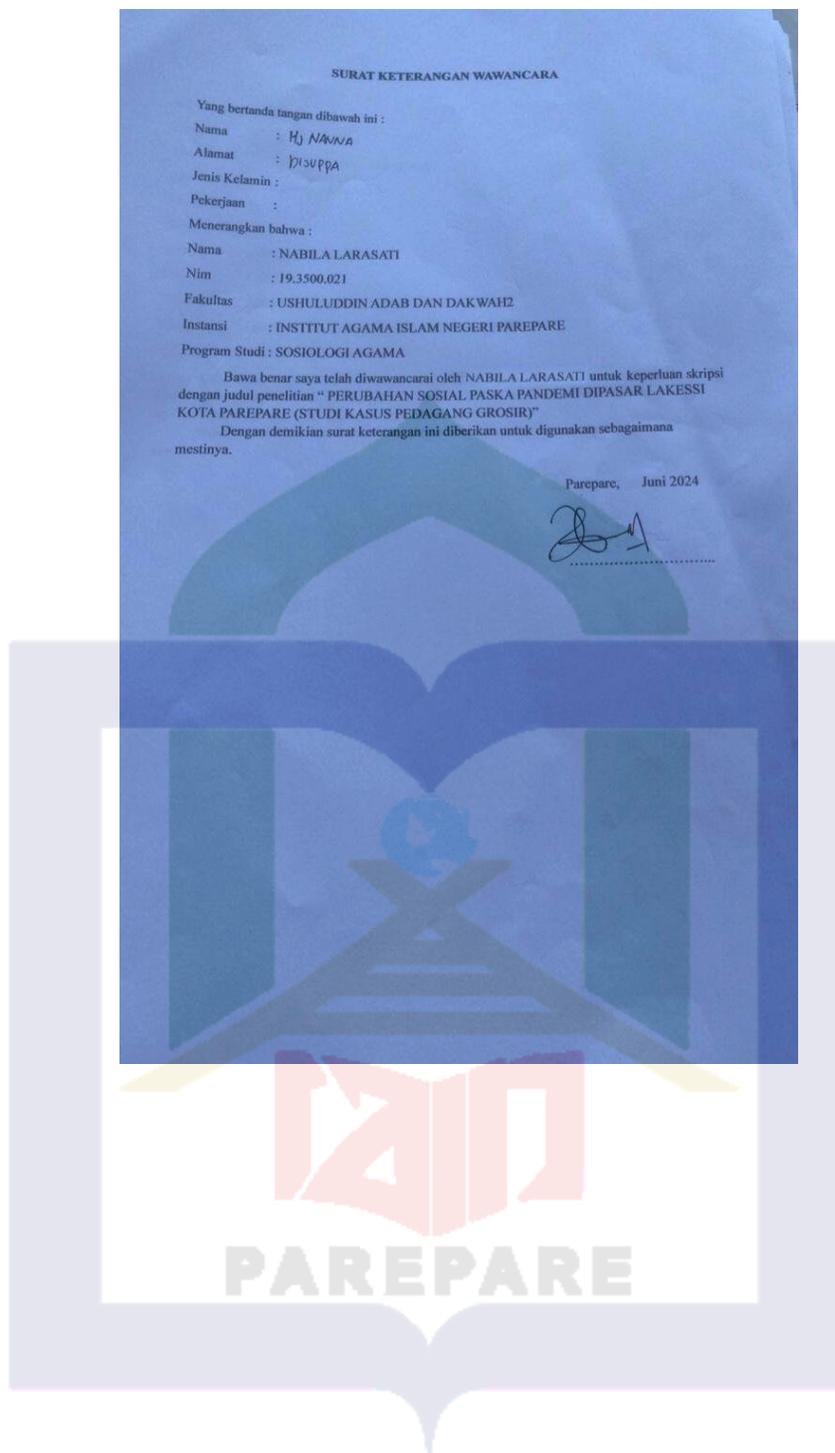
Bawa benar saya telah diwawancarai oleh NABILA LARASATI untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian " PERUBAHAN SOSIAL PASKA PANDEMI DIPASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024



PAREPARE



Lampiran 03 Dokumentasi







Lampiran 04 Administrasi

SRN IP0000263



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpmsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 263/IP/DPM-PTSP/4/2024**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA  
NAMA : **NABILA LARASATI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
Jurusan : **SOSIOLOGI AGAMA**  
ALAMAT : **JL. ARUNG MAMPI**  
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI DI PASAR LAKESSI KOTA PAREPARE (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)**

LOKASI PENELITIAN : **DINAS PERDAGANGAN KOTA PAREPARE (UPTD PASAR/PASAR LAKESSI KOTA PAREPARE)**

LAMA PENELITIAN : **01 Mei 2024 s.d 31 Mei 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
Pada Tanggal : **30 April 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**



**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**  
Pembina Tk. I (IV/b)  
NIP. 19741013 200604 2 019

**Biaya : Rp. 0.00**

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah  
• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**  
• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPMSP Kota Parepare (scan QRCode)



Badan  
Sertifikasi  
Elektronik



**BIODATA PENULIS**



Nama NABILA LARASATI Lahir di Barru, 29 Maret 2001. Anak ketiga dari 4 bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Ilyas hamzah dan Ibu Katrina. Pendidikan yang di tempuh penulis yaitu SDN 3 Barru, SDN 59 Parepare, dan Lulus tahun 2013, SMPN 3 Parepare masuk pada tahun 2013 dan lulus tahun 2016, melanjutkan jenjang di SMA 2 Parepare dan lulus tahun 2019. Hingga kemudian melanjutkan studi ke jenjang S1

di Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Parepare dan memilih program studi Sosiologi Agama, penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan di LOKASI PPL di kantor Dinas PMDPPA Kabupaten Sidrap pada Tahun 2022 kemudian melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Kota Barru di Desa Gattareng pada tahun 2023 dan menyelesaikan tugas akhirnya yang berjudul "PERUBAHAN SOSIAL PASCA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PEDAGANG GROSIR)"