

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Johar di Semarang sudah sejak lama dikenal sebagai pusat perdagangan di Jawa Tengah. Dibangun pada era kolonial dan menyanggah status pasar terbesar di Asia Tenggara. Pasar Johar bukan hanya menjadi ruang transaksi antara penjual dan pembeli tetapi juga menjadi aktivitas kehidupan masyarakat sosial di Kota Semarang. Namun pada tahun 2015 mengubah kondisi pasar secara signifikan, memaksa pemerintah mengambil langkah rekonstruksi total. Upaya peremajaan tersebut meliputi pembenahan bangunan, pengaturan ulang tata ruang, hingga perbaikan manajemen pasar. Perubahan itu membuka babak baru bagi para pedagang yang harus menyesuaikan strategi usaha dan pola interaksi dengan para pembeli (Pemerintah Kota Semarang, 2021; Dinas Perdagangan Kota Semarang, 2022).

Modernisasi Pasar Johar tidak hanya mengalami perubahan secara arsitektur dan infrastruktur bangunan pasar Johar, Namun para Pedagang juga mengalami perubahan pada sistem transaksi seiring dengan meningkatnya digitalisasi, Sebagian pedagang mulai memanfaatkan media sosial, seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram, untuk memperluas jangkauan jualan mereka. Meski demikian, masih banyak yang memilih mempertahankan praktik konvensional yang bertumpu pada komunikasi langsung dan kemampuan menawarkan barang secara lisan. Perbedaan kapasitas dalam penggunaan teknologi ini menciptakan jurang digital di antara pedagang, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan pendidikan maupun akses perangkat.

Munculnya pusat perbelanjaan modern serta perkembangan platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop menambah tantangan bagi pasar tradisional. Konsumen semakin terbiasa berbelanja secara daring karena dinilai lebih cepat, efisien, dan mudah disesuaikan dengan kebutuhan. (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023; Badan Pusat Statistik, 2023). Transformasi ini tidak hanya terjadi di Semarang, melainkan meluas ke berbagai daerah di Indonesia melalui program revitalisasi pasar

sebagai bagian dari penataan kota. Sayangnya, pembenahan sering kali terfokus pada aspek fisik seperti kebersihan, keamanan, dan estetika bangunan, tanpa mempertimbangkan kesiapan sosial-ekonomi pedagang untuk beradaptasi dengan pesaing digital. Ketidakseimbangan antara peningkatan infrastruktur dan kemampuan adaptasi pedagang ini akhirnya melahirkan tantangan baru dalam pengelolaan pasar tradisional.

Berbagai perubahan tersebut menunjukkan bahwa pedagang Pasar Johar tidak hanya menghadapi tantangan ekonomi akibat modernisasi dan digitalisasi, tetapi juga menghadapi perubahan pola interaksi sosial, budaya pasar, serta hubungan antara pedagang dan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana para pedagang menyusun strategi adaptasi guna mempertahankan keberlangsungan usaha mereka di tengah perubahan yang terus berlangsung.

Pergeseran pola konsumsi masyarakat sangat memengaruhi peran pasar tradisional, khususnya Pasar Johar di Semarang. Penduduk urban kini lebih menyukai kemudahan digital, mulai dari belanja online, pembayaran QRIS, hingga layanan pengiriman barang. Sebaliknya, pasar tradisional yang bergantung pada interaksi tatap muka mengalami penurunan pengunjung, terutama dari kalangan muda yang terbiasa dengan teknologi. Pedagang pun dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang selaras dengan preferensi konsumen modern.

Secara sosiologis, pasar tradisional bukan sekadar pusat jual beli, melainkan ruang budaya yang mempertahankan nilai, solidaritas, dan identitas sosial. Pasar menjadi wadah pewarisan norma antargenerasi serta ikatan komunitas. Jika modernisasi diterapkan tanpa memerhatikan aspek ini, fungsi pasar sebagai penjaga tradisi dan memori kolektif bisa pudar. Akibatnya, tantangan pedagang melampaui isu teknis atau pendapatan, menyentuh dimensi sosial budaya yang lebih kompleks (Rohman & Larasati, 2023; Prasajo et al., 2024; Septiandika et al., 2025).

Modernisasi tanpa peningkatan literasi digital berdampak serius pada pedagang. Mereka yang lebih muda atau pernah mengikuti pelatihan digital mampu memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan barang,

berinteraksi dengan pembeli, serta melakukan transaksi jarak jauh. Sementara itu, pedagang tua tanpa perangkat atau pengetahuan teknologi kesulitan mengikuti perubahan, kehilangan pelanggan, bahkan mempertimbangkan menutup usaha.

Dinamika ini juga memengaruhi hubungan sosial antar pedagang. Nilai kebersamaan yang dulu kuat terlihat dalam saling bantu, berbagi informasi, dan gotong royong kini terkikis oleh persaingan yang semakin ketat. Meski demikian, sebagian pedagang beradaptasi dengan membentuk jaringan digital, seperti grup *WhatsApp* pelanggan, untuk mempertahankan solidaritas sekaligus menyesuaikan diri dengan tuntutan era.

Bagi konsumen, modernisasi menghadirkan kemudahan dan pengalaman berbelanja yang lebih praktis. Pasar yang telah dibenahi menjadi lebih rapi dan bersih sehingga menarik pengunjung baru. Namun, interaksi khas pasar seperti proses tawar-menawar, percakapan ringan, atau kedekatan personal antara pembeli dan penjual semakin jarang muncul. Perubahan ini membuat kegiatan belanja yang awalnya bersifat relasional berubah menjadi lebih sekadar transaksi, sehingga turut mempengaruhi pola hubungan sosial dalam ruang pasar.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji bagaimana pasar tradisional menyesuaikan diri dengan perkembangan digital di berbagai daerah. (Fatimah & Afrizal, 2023) menemukan bahwa pedagang sembako di Pandeglang mulai memakai media sosial secara sederhana sebagai strategi menghadapi persaingan dengan minimarket. Sementara itu, penelitian (Tangkawata & Supradnyana, 2020) menunjukkan bagaimana pedagang di Tentena memanfaatkan *Facebook Marketplace* selama masa pandemi sebagai upaya mempertahankan usaha, meskipun masih muncul persoalan etika perdagangan dan persaingan harga.

Penelitian dari (Arifin et al., 2021) menunjukkan bahwa kekuatan solidaritas sosial menjadi faktor penting bagi pedagang Pasar Legi Surakarta dalam menyikapi proses modernisasi. Nilai kolektif seperti kerja sama dan gotong royong dianggap sebagai modal sosial utama untuk menghadapi perubahan ekonomi. Sementara itu, penelitian (Nina, 2024) di Pasar Palasari

Bandung mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial masih minim, terutama di kalangan pedagang yang berusia lanjut, meskipun sebenarnya terdapat potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital.

Riset yang dilakukan oleh (Faturochman et al., 2025) di Palembang mendapatkan bahwa pedagang mengombinasikan promosi digital, menetapkan harga yang kompetitif, dan mengelola relasi dengan pelanggan sebagai strategi bertahan. Sejauh ini, penelitian tentang adaptasi pedagang pasar tradisional terhadap modernisasi dan teknologi lebih banyak menyoroti dimensi ekonomi serta teknis, sementara aspek sosial-budaya seperti nilai komunal, pola interaksi, dan identitas budaya kurang mendapat analisis mendalam. Celah inilah yang hendak diisi oleh studi ini.

Rangkaian kajian terkini mengungkap keragaman tantangan adaptasi. Misalnya, Azizah (2024) di Pasar Telagasari Karawang menemukan bahwa teknologi komunikasi memperluas jangkauan pasar, tetapi memperlebar ketimpangan: sebagian pedagang maju, sisanya tertinggal di lingkungan yang sama. Pola serupa muncul dalam analisis historis Arini et al. (2025) terhadap Pasar Aur Kuning Bukittinggi, yang menekankan perpecahan teknologi di tengah perubahan struktur pasar.

Faktor struktural seperti modal dan literasi digital turut membentuk adaptasi. Siahaan dan Bila (2024) di pasar tradisional Tangerang mengungkap peluang digital yang terhambat keterbatasan dana pedagang kecil. Begitu pula, Prasajo dan Hidayah (2023) mencatat penolakan pedagang Pasar Lama Banjarmasin terhadap media sosial akibat rendahnya keterampilan digital, yang menegaskan ketidakmerataan kondisi pendukung.

Penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan adaptasi bergantung pada jaringan sosial selain penguasaan teknologi. Kusuma dan Putra (2024) berpendapat, bahwa pelaku usaha mikro di pasar tradisional mulai memasuki ecommerce, meskipun rintangan teknis masih mendominasi.

Secara keseluruhan, literatur banyak membahas dinamika ekonomi, strategi adaptasi, dan pemanfaatan digital oleh pedagang tradisional. Namun, belum ada analisis mendalam pasca-revitalisasi yang berfokus pada Pasar

Johar Semarang, pasar yang memiliki makna historis, sosial, dan politik penting di Jawa Tengah maupun Indonesia secara luas..

Pasar Johar menjalani revitalisasi besar-besaran setelah insiden kebakaran pada tahun 2015 dan kembali beroperasi pada awal 2022 sebagai bagian dari strategi perbaikan ekonomi daerah serta pelestarian kawasan bersejarah yang menjadi identitas Kota Semarang (“Revitalisasi Pasar Johar, Membangkitkan Ekonomi Dan Menjaga Cagar Budaya,” 2022). Upaya revitalisasi ini tidak sebatas memulihkan bangunan, tetapi juga menata ulang struktur pasar melalui zonasi, pengaturan ruang, dan pengelolaan berbasis sistem modern. Pembaruan tersebut mengukuhkan pergeseran penting dalam peran pasar sebagai pusat transaksi ekonomi sekaligus ruang pergaulan sosial warga.

Perubahan komposisi spasial dan alur sirkulasi makro di dalam pasar pasca-revitalisasi berimplikasi pada lahirnya dinamika sosial-ekonomi baru. Relokasi kios dan perubahan arus pengunjung mengharuskan pedagang melakukan penyesuaian strategi, baik dari aspek komunikasi persuasif maupun manajerial. Sebagaimana dikaji dalam *Reviving the Glory of Semarang's Largest Traditional Market* (2023), revitalisasi bukan sekadar pembaruan fisik, melainkan bentuk intervensi terhadap perilaku ekonomi harian pelaku pasar. Hal ini membuka peluang bagi terciptanya ekosistem perdagangan yang lebih fleksibel dan resilien terhadap tuntutan pasar modern.

Pada tingkat nasional, modernisasi pasar tradisional semakin terhubung dengan pergerakan cepat digitalisasi sektor perdagangan. Berbagai Penelitian berpendapat bahwa bahwa pasar tradisional mulai mengembangkan saluran pemasaran digital, meski proses adopsinya belum merata akibat hambatan berupa literasi, infrastruktur, dan akses teknologi (“Traditional Market Transformation into Digital Market,” 2021). Penelitian lapangan dari sejumlah wilayah menunjukkan bahwa pedagang yang menguasai teknologi dapat menjangkau konsumen lebih luas melalui WhatsApp, Instagram, hingga live selling, sedangkan mereka yang tidak memiliki kemampuan digital berisiko tertinggal (Nasution, 2024). Hal ini memperlihatkan bahwa kompetensi digital kini menjadi elemen penting bagi keberlanjutan pedagang pasar tradisional.

Selain faktor internal, aturan eksternal turut membuktikan arah perkembangan ekosistem perdagangan. Kebijakan pemerintah terkait keterlibatan platform digital dalam ekonomi nasional berpengaruh terhadap dinamika persaingan antara pasar tradisional, marketplace besar, dan platform social commerce, sehingga perubahan regulasi dapat menciptakan peluang baru sekaligus tantangan (*"Indonesia Issues Regulations Requiring Digital Platforms to Pay Media for Content,"* 2024). Di Semarang sendiri, studi akademik menyoroti bahwa revitalisasi fisik Pasar Johar perlu diiringi dengan program pendukung seperti pelatihan digital, bantuan modal, dan penataan zonasi agar pedagang kecil tidak tersingkir oleh arus modernisasi yang bertumpu pada teknologi (Revitalisasi Pasar Johar, 2020). Pendekatan terpadu semacam ini menjadi syarat penting agar manfaat revitalisasi dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku pasar.

Penelitian ini difokuskan untuk mempelajari secara menyeluruh bentuk-bentuk adaptasi pedagang Pasar Johar Semarang terhadap arus modernisasi dan berkembangnya penggunaan media digital, dengan menempatkan perhatian tidak hanya pada strategi ekonomi, tetapi juga pada dimensi sosial dan budaya yang menyertainya. Melalui perspektif tersebut, studi ini diharapkan mampu memberikan sumbangan baik pada pengembangan teori maupun praktik, sekaligus menjadi rujukan bagi pemerintah serta pihak terkait dalam menyusun kebijakan pelestarian pasar tradisional yang lebih relevan, inklusif, dan sesuai dengan konteks lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Transformasi pada aspek fisik maupun budaya yang muncul setelah revitalisasi Pasar Johar menjadi pijakan utama penelitian ini. Pembaruan bangunan, penataan ruang yang lebih modern, serta meningkatnya pemanfaatan media digital dalam aktivitas perdagangan mendorong para pedagang untuk menyesuaikan kembali cara mereka berusaha, berkomunikasi, dan berinteraksi yang sebelumnya bergantung pada pola-pola tradisional. Perubahan tersebut menampakkan beragam kesenjangan, terutama dalam hal kemampuan memanfaatkan teknologi, sehingga memunculkan variasi respons di antara para pelaku pasar.

Selain ketimpangan digital, pergeseran cara pedagang berkomunikasi dengan konsumen juga tampak signifikan dan berimplikasi pada struktur hubungan sosial yang selama ini menopang kehidupan pasar tradisional sebagai arena budaya. Pola interaksi yang dulu mengandalkan kedekatan dan pertemuan langsung kini mengalami rekontekstualisasi seiring meningkatnya orientasi pada media digital. Situasi inilah yang menjadi latar analitis penelitian, dengan fokus pada bagaimana perubahan-perubahan tersebut membentuk ulang dinamika sosial dan praktik ekonomi para pedagang Pasar Johar. Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk adaptasi yang dilakukan pedagang Pasar Johar Semarang terhadap modernisasi dan integrasi teknologi digital dalam aktivitas perdagangan mereka?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi proses adaptasi tersebut dan bagaimana implikasinya terhadap konfigurasi sosial-budaya pedagang di Pasar Johar pasca-revitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini berfokus pada tujuan untuk mengkaji dua aspek utama yang berkaitan dengan strategi adaptasi pedagang Pasar Johar dalam menghadapi modernisasi dan perkembangan teknologi digital. Fokus pertama diarahkan untuk menganalisis strategi adaptasi pedagang Pasar Johar dalam merespons disrupsi pola belanja masyarakat akibat penetrasi teknologi digital. Kajian ini mencakup telaah terhadap manuver ekonomi, reorientasi praktik sosial, serta inovasi perdagangan yang muncul sebagai respons terhadap pergeseran preferensi konsumen, transformasi layanan, dan dinamika interaksi transaksional.

Penelitian ini bertujuan menguraikan fungsi media sosial sebagai sarana promosi dan media interaksi pelanggan, serta mengevaluasi kontribusinya terhadap perluasan jangkauan pasar dan pemeliharaan relasi bisnis. Melalui pendekatan ini, akan diidentifikasi bagaimana penggunaan platform digital (WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok) dikonstruksikan untuk memperlambat loyalitas konsumen dan memperluas

jaringan pemasaran. Hal ini krusial untuk memetakan strategi keberlangsungan usaha di tengah pergeseran paradigma perdagangan menuju ekosistem digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis (Akademis)

Secara konseptual, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan substantif bagi pengembangan disiplin ilmu Antropologi, khususnya dalam ranah Antropologi Ekonomi dan Antropologi

Konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur yang ada dengan memfokuskan pada cara para pelaku ekonomi di ruang tradisional dalam konteks ini, pedagang Pasar Johar memberikan respons adaptif terhadap tekanan modernisasi dan gelombang digitalisasi. Fenomena respons terhadap disrupsi ini seringkali secara dominan dikaji dalam bingkai industri modern, korporasi berskala besar, atau komunitas urban-global. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perspektif unik dengan menempatkan agensi dan strategi adaptasi subjek dari ekonomi pasar tradisional sebagai unit analisis utama.

Salah satu kontribusi akademik yang dihasilkan penelitian ini adalah memperkaya pengetahuan dalam Antropologi Konsumsi dan ekonomi berbasis lokal. Temuan penelitian memperluas pemahaman mengenai pola konsumsi maupun praktik produksi di pasar tradisional yang tengah mengalami perubahan akibat penetrasi teknologi dan modernisasi. Hal tersebut sekaligus memperluas fokus kajian antropologi konsumsi menuju konteks ekonomi rakyat dan budaya pasar tradisional.

Kontribusi lain yang diberikan adalah penguatan perspektif antropologis mengenai proses modernisasi dan cara masyarakat melakukan adaptasi budaya. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa modernisasi tidak sekadar menghadirkan kecenderungan homogenisasi budaya, tetapi juga menciptakan ruang negosiasi di mana pedagang sebagai aktor lokal mampu melakukan penyesuaian secara kreatif tanpa melepaskan identitas budaya yang mereka miliki. Selain itu, penelitian ini turut memperkaya kajian teoretis mengenai hubungan antara media dan ekonomi lokal. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi,

komunikasi, dan interaksi ekonomi dalam konteks pasar tradisional memberikan sudut pandang baru dalam memahami proses mediatisasi kehidupan sosial di Indonesia, khususnya pada ruang ekonomi berbasis komunitas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara aplikatif, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan, penguatan, serta pelestarian pasar tradisional, baik pada level pemerintah maupun komunitas lokal. Manfaat tersebut mencakup dukungan bagi perumusan kebijakan, peningkatan kapasitas pelaku usaha, hingga upaya menjaga keberlanjutan fungsi sosial-budaya pasar.

- 1) Bagi Pemerintah Kota Semarang, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam merancang kebijakan revitalisasi pasar tradisional yang lebih inklusif. Temuan-temuan penelitian menegaskan pentingnya memasukkan dimensi sosial dan budaya pedagang ke dalam perencanaan pembangunan, sehingga revitalisasi tidak hanya berfokus pada pembaruan fisik dan infrastruktur.
- 2) Bagi Dinas Perdagangan dan UMKM, penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai kebutuhan serta hambatan yang dihadapi pedagang dalam beradaptasi dengan era digital. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk merancang program pelatihan pemasaran digital dan penguatan kapasitas pelaku usaha kecil agar lebih siap menghadapi perubahan pola perdagangan modern.
- 3) Bagi pengelola Pasar Johar, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk merumuskan strategi promosi berbasis media sosial, memperkuat komunikasi antara pedagang dan pelanggan, serta mempertahankan nilai-nilai budaya pasar sebagai identitas yang membedakan Pasar Johar dari pusat perbelanjaan lainnya. Pada saat yang sama, penelitian ini juga memberi manfaat bagi komunitas pedagang atau asosiasi pasar seperti Paguyuban Pedagang Johar, karena menawarkan wawasan mengenai pola adaptasi dan solidaritas sosial yang dapat meningkatkan posisi tawar pedagang dalam

menghadapi persaingan dengan pasar modern maupun platform dagang digital.

- 4) Bagi lembaga pemberdayaan masyarakat atau komunitas local seperti Pokdarwis atau kelompok pelestari budaya temuan penelitian menunjukkan potensi pasar tradisional sebagai ruang ekonomi dan budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata berbasis kearifan lokal, sehingga mendorong pelestarian budaya sekaligus pemberdayaan ekonomi warga. Selain itu, bagi akademisi dan peneliti berikutnya, penelitian ini berfungsi sebagai sumber data lapangan yang relevan dan dapat dijadikan pijakan untuk memperluas kajian mengenai adaptasi masyarakat tradisional terhadap modernisasi dalam perspektif antropologi, komunikasi, maupun ekonomi budaya.

1.5 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

1.5.1 Tinjauan Pustaka

1. Tangkawata & Supradnyana (2020)

Dalam konteks digitalisasi, media sosial dan marketplace daring menjadi instrumen baru bagi pedagang tradisional, terutama sejak masa pandemi Covid-19. Studi Tangkawata & Supradnyana (2020) menunjukkan bahwa Facebook Marketplace membantu pedagang di Pasar Siwagilemba Tentena mempertahankan aktivitas ekonomi mereka, meskipun pemanfaatan platform tersebut juga menimbulkan isu etika bisnis dan persaingan yang semakin ketat. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi bukanlah proses netral, melainkan membawa konsekuensi sosial yang nyata.

2. Arifin, Trinugraha, & Nurhadi (2021)

Solidaritas dan modal sosial ternyata menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan pasar tradisional. Arifin, Trinugraha, & Nurhadi (2021) menemukan bahwa ikatan sosial antarpedagang di Pasar Legi Surakarta berfungsi sebagai perlindungan kolektif dari tekanan pasar modern, melalui pembagian informasi, pengaturan stabilitas harga, serta penguatan rasa kepercayaan. Namun literasi digital yang masih terbatas tetap menjadi hambatan utama di banyak konteks.

3. Faturochman et al. (2025)

Strategi adaptasi pedagang melampaui sekadar pemanfaatan teknologi, mencakup penyesuaian ekonomi dan pola relasi pelanggan. Faturochman et al. (2025) menekankan bahwa pedagang pasar tradisional di Palembang mengombinasikan harga kompetitif, promosi digital, dan penguatan hubungan personal dengan konsumen sebagai strategi utama bertahan. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi bersifat multidimensi, tidak dapat direduksi hanya pada digitalisasi semata.

4. Kusuma & Putra (2024) serta Siahaan & Bila (2024)

Pada skala usaha mikro, Kusuma & Putra (2024) serta Siahaan & Bila (2024) menyoroti peran e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar tradisional. Kedua penelitian sepakat bahwa platform digital membuka peluang perluasan pasar, sekaligus menyingkap kesenjangan kapasitas antara pedagang bermodal kuat dan pedagang kecil, yang terkendala oleh keterbatasan modal, infrastruktur, dan literasi digital.

5. Azizah (2024)

Dampak teknologi komunikasi terhadap struktur sosial-ekonomi pedagang juga dikaji oleh Azizah (2024). Penelitiannya menemukan bahwa meskipun teknologi memperluas akses pasar, ia juga memperlebar kesenjangan digital di antara pedagang Pasar Telagasari Karawang. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi bersifat ambivalen: menghadirkan peluang sekaligus risiko eksklusi sosial.

6. Arini, Zulqaiyyim, & Djalius (2025)

Dari sudut pandang historis, Arini, Zulqaiyyim, & Djalius (2025) menunjukkan bahwa transformasi ekonomi digital di Pasar Aur Kuning Bukittinggi merupakan proses panjang yang dibentuk oleh dinamika sosial, kebijakan, dan perubahan pola konsumsi. Transformasi ini berjalan signifikan tetapi tidak merata, sehingga melahirkan stratifikasi internal baru dalam dunia pasar tradisional itu sendiri.

7. ANTARA News (2022)

Di sisi lain, laporan ANTARA News yang diterbitkan pada 10 Januari 2022 tentang revitalisasi Pasar Johar Semarang menyoroti peran kebijakan publik

dalam menjaga keberlangsungan pasar tradisional. Revitalisasi tidak hanya memperbaiki infrastruktur dan kenyamanan, tetapi juga berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi pedagang serta pelestarian nilai-nilai cagar budaya, sehingga menunjukkan posisi penting negara dalam memperkuat fungsi ekonomi sekaligus sosial-budaya pasar tradisional.

8. CDIA – Cities Development Initiative for Asia (2023)

Transformasi ini juga terkait dengan pembangunan perkotaan dan kebijakan negara. Laporan CDIA – Cities Development Initiative for Asia (2023) menekankan bahwa revitalisasi Pasar Johar Semarang tidak hanya mengembalikan fungsi fisik pasar, tetapi juga mengubah konfigurasi ruang, sehingga muncul pola interaksi sosial baru antara pedagang dan pengunjung. Perubahan ini menuntut kapasitas adaptasi pedagang terhadap tata kelola ruang yang lebih terstruktur dan standar pengembangan perkotaan modern.

9. Traditional Market Transformation (2021)

Dalam wacana transformasi menuju ekosistem digital, studi Traditional Market Transformation (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi semakin diposisikan sebagai strategi penguatan daya saing pasar tradisional. Namun proses ini masih berjalan tidak merata, dihambat oleh literasi digital yang rendah, keterbatasan infrastruktur dan akses teknologi yang tidak seimbang di kalangan pedagang, sehingga berpotensi menciptakan diferensiasi baru di dalam tubuh pasar tradisional.

10. Nasution (2024)

Pada tingkat individu, strategi adaptasi pedagang menjadi penentu kunci keberhasilan transformasi. Nasution (2024) mengungkapkan bahwa pedagang di Pasar Hongkong Medan yang memiliki kecakapan digital mampu memanfaatkan media sosial untuk memperluas jaringan dan mempertahankan kelangsungan usaha, sementara yang tidak dapat menyesuaikan diri cenderung terpinggirkan oleh arus ekonomi baru. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kapasitas individu pedagang dalam proses transformasi tersebut.

11. Afrianti (2024)

Efektivitas media sosial sebagai sarana pemasaran diperkuat pula oleh Afrianti (2024), yang menyoroti peran Instagram dalam memperluas jangkauan pasar

dan memperketat interaksi antara UMKM dengan konsumen. Namun penelitian ini juga menyinggung konsekuensi sosial berupa ketimpangan digital, di mana pelaku usaha dengan keterbatasan kemampuan teknologi berada pada posisi kurang menguntungkan, sehingga pemasaran digital menghasilkan peluang sekaligus risiko eksklusi ekonomi.

12. Reuters (2024)

Pada level kebijakan makro, laporan Reuters (2024) tentang regulasi pemerintah Indonesia yang mewajibkan platform digital membayar konten media menunjukkan bahwa negara mulai lebih aktif mengatur ekosistem digital. Kebijakan semacam ini berdampak pada struktur persaingan antara pasar tradisional, marketplace daring, dan praktik social commerce, yang pada gilirannya memengaruhi posisi tawar pedagang pasar dalam ekonomi digital.

13. Universitas Diponegoro (2020)

Kajian dari Universitas Diponegoro (2020) menegaskan bahwa revitalisasi Pasar Johar tidak bisa berhenti pada pembaruan fisik semata. Proses revitalisasi perlu diiringi pelatihan literasi digital dan intervensi sosial yang berorientasi pada perlindungan pedagang kecil. Tanpa pendekatan semacam itu, transformasi pasar berpotensi memperlebar ketimpangan dan mengikis peran sosial pasar tradisional sebagai ruang ekonomi rakyat.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Teori Modernisasi

Teori modernisasi digunakan sebagai kerangka konseptual utama untuk menelaah dinamika perubahan sosial dalam masyarakat, terutama ketika sistem ekonomi tradisional berhadapan dengan proses industrialisasi, urbanisasi, serta arus globalisasi. Lerner (1958) melalui *The Passing of Traditional Society* memaknai modernisasi sebagai suatu proses peralihan masyarakat dari tatanan hidup tradisional menuju kondisi modern, yang dicirikan oleh berkembangnya rasionalitas, peningkatan tingkat pendidikan, pertumbuhan wilayah perkotaan, serta keterbukaan masyarakat terhadap inovasi dan perubahan sosial.

Selaras dengan pandangan tersebut, Rostow (1960) dalam *The Stages of Economic Growth* menempatkan modernisasi sebagai

rangkaian tahapan pembangunan ekonomi yang bersifat linear. Dalam kerangka ini, masyarakat dipahami bergerak secara bertahap dari basis ekonomi agraris menuju ekonomi industri yang bertumpu pada pemanfaatan teknologi serta peningkatan produktivitas sebagai indikator kemajuan

Dalam kaitannya dengan Pasar Tradisional Johar, teori modernisasi memberikan penjelasan mengenai bagaimana berbagai bentuk perubahan mulai dari revitalisasi fisik pasar, pergeseran menuju ekonomi digital, hingga transformasi pola konsumsi masyarakat memberikan tekanan terhadap keberlangsungan sistem ekonomi tradisional. Namun demikian, sebagaimana dijelaskan oleh Giddens (1990) dalam *The Consequences of Modernity*, modernisasi tidak semata-mata menghadirkan perubahan struktural, melainkan juga melahirkan reflektivitas sosial, yakni kapasitas individu maupun kelompok untuk secara sadar menafsirkan dan menyesuaikan diri terhadap perubahan konteks sosial yang mereka hadapi.

Oleh karena itu, teori modernisasi relevan untuk memahami cara pedagang Pasar Johar merumuskan kembali makna “kemajuan” dan “tradisi” di tengah laju perubahan sosial yang cepat. Dalam proses tersebut, para pedagang tidak dapat dipandang hanya sebagai pihak yang terdampak secara pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang mengembangkan strategi adaptasi ekonomi dan sosial dengan tetap berpijak pada nilai-nilai budaya yang mereka anut.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian dipahami sebagai rangkaian prosedur ilmiah yang disusun secara terencana dan sistematis untuk menghasilkan data yang sah, relevan, serta dapat diuji secara akademik dalam rangka menjawab fokus kajian. Dalam disiplin antropologi, metode tidak semata berfungsi sebagai perangkat teknis pengumpulan data, melainkan sebagai sarana untuk menelusuri makna, relasi sosial, dan dinamika kebudayaan yang berkembang dalam suatu komunitas. Oleh karena itu, pilihan metode sekaligus

mencerminkan posisi epistemologis peneliti dalam menafsirkan realitas sosial yang diteliti.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang diarahkan pada upaya memahami secara mendalam kehidupan sosial pedagang di Pasar Tradisional Johar Semarang dalam konteks modernisasi dan penetrasi media digital. Pendekatan ini digunakan untuk mengungkap proses adaptasi sosial, ekonomi, dan kultural yang dilakukan para pedagang dalam menjaga identitas serta nilai-nilai tradisional di tengah perubahan struktur dan logika pasar modern.

Selain menghasilkan data tertulis melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan etnovidеografi sebagai media representasi visual terhadap realitas sosial yang ditemukan di lapangan. Etnovidеografi digunakan untuk merekam aktivitas keseharian pedagang, interaksi sosial, praktik ekonomi, serta berbagai strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Penggunaan media audiovisual memungkinkan penyajian data yang lebih kontekstual sehingga mampu memperlihatkan dimensi budaya yang tidak selalu dapat dijelaskan secara utuh melalui teks tertulis.

Sebagai luaran penelitian, hasil etnovidеografi disajikan dalam bentuk film dokumenter ilmiah berjudul ***“BERTAHAN DI TENGAH PERUBAHAN: STUDI ETNOGRAFI TENTANG STRATEGI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL JOHAR DI KOTA SEMARANG***

Video Etnovidеografi:

<https://youtu.be/m4VuuW18sZQ?si=FzttCXQdLeG1CxKn>

1.7.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah etnografi sebagai pendekatan utama. Etnografi dipilih karena memungkinkan peneliti terlibat secara langsung dalam kehidupan sosial subjek penelitian, sehingga realitas sosial dapat dipahami dari sudut pandang pelaku itu sendiri (perspektif emik).

Sebagaimana dikemukakan oleh Spradley (1980) dalam *Participant Observation*, etnografi merupakan pendekatan yang bertujuan mengungkap makna tindakan manusia berdasarkan perspektif dan pemaknaan yang dimiliki oleh pelaku itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti tidak ditempatkan sebagai pengamat yang berjarak, melainkan sebagai partisipan yang terlibat secara aktif dalam interaksi sosial serta belajar dari praktik kehidupan sehari-hari masyarakat yang diteliti. Melalui pendekatan etnografi ini, peneliti memiliki peluang untuk:

1. Mengamati secara langsung pola relasi sosial, mekanisme perdagangan, serta bentuk solidaritas antarpedagang.
2. Menangkap cara pedagang menafsirkan modernisasi, baik sebagai kesempatan maupun sebagai tantangan.
3. Mengidentifikasi strategi adaptif yang dikembangkan dalam merespons perubahan ekonomi dan budaya akibat digitalisasi pasar.

Dari sisi desain, penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif dengan tujuan menggambarkan sekaligus menganalisis fenomena sosial berdasarkan temuan empiris di lapangan. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung melakukan pengumpulan, penafsiran, dan analisis data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang komprehensif mengenai sistem makna dan nilai yang membentuk kehidupan sosial pedagang Pasar Johar.

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Pasar Johar, Kota Semarang, Jawa Tengah, yang secara historis dikenal sebagai salah satu pasar tradisional terbesar dan tertua di Indonesia. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan pertimbangan karakter sosial-ekonomi yang kompleks, di mana praktik tradisional berkelindan dengan proses modernisasi.

Pasar Johar memiliki signifikansi historis sebagai pusat aktivitas ekonomi dan kebudayaan masyarakat pesisir Semarang. Pasca kebakaran besar pada tahun 2015, pasar ini mengalami revitalisasi fisik dan sosial

yang membawa perubahan mendasar pada sistem pengelolaan, tata ruang, serta pola interaksi pedagang dengan teknologi dan konsumen.

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan, yaitu pada periode Mei hingga Agustus 2025, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pra-lapangan: penelusuran literatur, perancangan instrumen penelitian, dan pengurusan perizinan.
2. Kerja lapangan: pelaksanaan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta pengumpulan dokumen.
3. Pasca-lapangan: pengolahan data, analisis tematik, dan penyusunan laporan penelitian.

1.7.3 Penentuan Informan/Narasumber

Penentuan informan dilakukan melalui kombinasi teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

1. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait dinamika sosial Pasar Johar, seperti pedagang senior, pengurus asosiasi pedagang, serta pengelola pasar.
2. *Snowball sampling* diterapkan untuk memperluas jangkauan informan melalui rekomendasi informan kunci, sehingga diperoleh narasumber tambahan yang relevan dengan fokus penelitian.

Kriteria informan utama meliputi:

1. Pedagang yang aktif berjualan di Pasar Johar sekurang-kurangnya tiga tahun.
2. Mengalami secara langsung masa transisi dari Pasar Johar sebelum hingga sesudah revitalisasi.
3. Menggunakan media digital seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, atau marketplace sebagai penunjang aktivitas perdagangan.
4. Bersedia memberikan informasi secara terbuka melalui wawancara mendalam.

Selain informan utama, penelitian ini juga melibatkan informan pendukung, antara lain pembeli tetap, pengelola pasar, dan pejabat Dinas

Perdagangan Kota Semarang, guna memperoleh sudut pandang yang lebih luas dan berimbang terkait proses modernisasi pasar tradisional.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik utama yang lazim digunakan dalam kajian antropologi, yaitu:

1. Observasi Partisipatif

Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas pasar untuk mengamati interaksi sosial antarpedagang, pola komunikasi, strategi ekonomi, serta pemanfaatan teknologi digital. Observasi dilakukan secara terbuka dengan pencatatan sistematis terhadap dinamika keseharian dan simbol-simbol sosial yang muncul di lapangan. Menurut Spradley (1980), observasi partisipatif memungkinkan peneliti belajar dari pelaku sosial, bukan sekadar mempelajari mereka sebagai objek.

2. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pedoman pertanyaan terbuka yang fleksibel. Teknik ini bertujuan menggali pengalaman subjektif dan narasi personal pedagang mengenai modernisasi, penggunaan media digital, serta perubahan nilai ekonomi dan sosial yang mereka rasakan.

3. Studi Dokumentasi

Data dokumenter dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder, seperti arsip kebijakan revitalisasi pasar, laporan Dinas Perdagangan, foto aktivitas pasar, dan unggahan media sosial pedagang. Dokumen-dokumen ini digunakan untuk memperkuat serta memverifikasi temuan observasi dan wawancara.

4. Catatan Lapangan (*Field Notes*)

Selama proses penelitian, peneliti menyusun catatan lapangan yang memuat deskripsi situasi, detail interaksi sosial, serta refleksi analitis yang muncul selama observasi dan wawancara. Catatan ini berperan penting dalam menjaga keutuhan data dan mendukung analisis tematik.

1.7.5 Analisis Data

Proses analisis data dilakukan secara induktif dengan mengacu pada model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles et al. (2014), yang mencakup tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data mentah hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, serta difokuskan ke dalam kategori tematik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi deskriptif, tabel kategori, matriks relasi, atau peta konseptual guna menampilkan keterkaitan antartema secara sistematis.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Kesimpulan awal yang diperoleh dari analisis diuji kembali melalui triangulasi sumber dan metode (Denzin, 1978) untuk memastikan keabsahan dan konsistensi temuan penelitian.

Selain model tersebut, analisis juga memanfaatkan pendekatan analisis tematik sebagaimana dirumuskan oleh Braun dan Clarke (2006). Melalui pendekatan ini, peneliti mengidentifikasi serta menafsirkan tema-tema utama yang muncul dari data lapangan, antara lain:

1. Pandangan pedagang terhadap modernisasi pasar,
2. Strategi adaptasi dalam menghadapi perubahan ekonomi dan teknologi,
3. Peran media digital dalam praktik perdagangan, dan
4. Perubahan nilai sosial dan budaya dalam ekosistem Pasar Johar.

Pendekatan analisis tematik ini memungkinkan pemahaman yang lebih menyeluruh dan kontekstual terhadap proses transformasi sosial yang berlangsung, sejalan dengan prinsip dasar antropologi yang menekankan keterkaitan antara makna, praktik sosial, dan struktur masyarakat.

1.7.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi berjudul *Modernisasi, Media, dan Dinamika Pasar Tradisional Johar: Studi Kualitatif tentang Adaptasi Pedagang di Kota Semarang* disusun untuk memberikan alur pembahasan yang sistematis, logis, dan saling berkaitan antarbagian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.7.6.1 BAB I: Pendahuluan

Bab pendahuluan memuat landasan awal penelitian yang menjelaskan konteks dan urgensi kajian. Pada bagian ini diuraikan latar belakang penelitian yang menggambarkan dinamika modernisasi dan perkembangan media digital dalam kehidupan pasar tradisional, khususnya di Pasar Johar

Semarang. Bab ini juga menyajikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara akademik maupun praktis, serta penjelasan mengenai lokasi dan waktu penelitian. Selain itu, disertakan pula kerangka teoritik yang digunakan, metode penelitian yang diterapkan, dan sistematika penulisan sebagai panduan alur keseluruhan skripsi.

1.7.6.2 BAB II: Gambaran Umum Lokasi dan Konteks Penelitian

Bab ini menyajikan deskripsi umum dan etnografis mengenai Pasar Tradisional Johar Kota Semarang sebagai lokasi penelitian. Pembahasan mencakup sejarah singkat pasar, posisi Pasar Johar dalam struktur ekonomi dan sosial masyarakat kota, serta karakteristik umum pedagang dan aktivitas perdagangan. Bab ini berfungsi sebagai konteks awal untuk memahami latar sosial, budaya, dan ekonomi yang melingkupi dinamika pasar tradisional sebelum masuk pada analisis yang lebih spesifik.

1.7.6.3 BAB III: Dinamika Khusus Dan Profil Pedagang Pasar Johar

Bab ini memaparkan gambaran khusus yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian, yaitu dinamika modernisasi,

penggunaan media digital, dan proses adaptasi pedagang Pasar Johar. Pada bagian ini dibahas profil pedagang, pola interaksi sosial, perubahan sistem perdagangan pascarevitalisasi, serta faktor-faktor sosial, ekonomi, dan kultural yang memengaruhi adaptasi pedagang. Analisis pada bab ini bersifat deskriptifanalitis sebagai pengantar menuju pembahasan yang lebih mendalam.

1.7.6.4 BAB IV: Pembahasan dan Hasil Penelitian

Bab ini merupakan inti dari keseluruhan penelitian. Data empiris yang diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi dianalisis secara sistematis dengan menggunakan kerangka teoritik yang telah dijelaskan sebelumnya. Pembahasan difokuskan pada persepsi pedagang terhadap modernisasi, strategi adaptasi terhadap perubahan ekonomi dan teknologi, peran media digital dalam aktivitas perdagangan, serta transformasi nilai sosial dan budaya di Pasar Johar. Dari analisis ini, ditarik temuan-temuan utama yang menjawab rumusan masalah penelitian.

1.7.6.5 BAB V: Penutup

Bab penutup merupakan bagian akhir skripsi yang merangkum keseluruhan hasil penelitian. Pada bab ini disajikan kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, serta implikasi teoritis dan praktis dari temuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi pengelola pasar, pedagang, dan peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji isu serupa terkait pasar tradisional, modernisasi, dan media digital.