

Lembar Kerja Peserta Didik 1

Nama Kelompok :
Kelas :
Topik : Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Tujuan Pembelajaran : Menganalisis Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Petunjuk : Bacalah artikel berikut ini!

Dampak Pembelian Daring (*Online*) terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita di Blok B Lantai LG Los Ad, Pasar Tanah Abang

Pada era digital saat ini, seluruh lapisan masyarakat sudah menggunakan aplikasi daring, baik itu dalam hal bisnis maupun jasa. Karena maraknya bisnis melalui jaringan daring, para pengusaha mulai mengeluh bahwa omzet penjualan ritel menurun yang salah satunya terdapat di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat. Padahal, pada era 80-90an, Pasar Tanah Abang Jakarta menjadi idola masyarakat di seluruh Indonesia. Namun, kini zaman makin berubah dan tergerus oleh era digital sehingga geliat Pasar Tanah Abang sudah tidak menggairahkan seperti dahulu kala. Sektor ritel di Indonesia menghadapi tantangan yang cukup berat sehingga Pasar Tanah Abang belum mampu keluar dari persaingan yang masih berlangsung. Hal itu ditambah dengan keadaan ekonomi yang masih penuh dengan ketidakpastian. Pasar Tanah Abang telah dihadapkan pada berbagai situasi yang terkadang tidak menyenangkan dan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan zaman. Misalnya, modernisasi pasar dan konsep pasar di era digital. Perlu upaya besar untuk dapat mewujudkannya, bahkan hal itu bisa masuk pada kategori sulit, mengingat para pedagang pasar Tanah Abang mayoritas berpendidikan rendah.

Saat memasuki dekade ketiga milenium, Pasar Tanah Abang dihadapkan pada perubahan sosial dan teknologi yang makin pesat dan sektor ritel yang terus berkembang dengan cara-cara yang tidak terduga. Dua puluh tahun lalu, siapa yang akan menduga bahwa maraknya minimarket di tanah air akan sangat menguras bisnis supermarket dan pasar tradisional? Maraknya fasilitas kredit murah yang ditawarkan juga memberikan dampak yang tidak diinginkan bagi para pelaku ritel di Indonesia. Lebih lanjut, sengitnya persaingan di era digital telah banyak menggulung tikarkan bisnis konvensional, sebagaimana Amazon dan Alibaba. Bahkan, di Indonesia sendiri, keberadaan perusahaan rintisan seperti OLX, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee telah menggerus pasar tradisional. Sekarang para konsumen telah dimanjakan dengan berbagai kemudahan dan keuntungan. Salah satu keuntungan digitalisasi bisnis bagi konsumen adalah harga murah, pilihan variatif, dan pelayanan lebih suportif. Perjalanan usaha bisnis daring di Indonesia terbilang singkat. Pertumbuhan bisnis daring yang sangat pesat merupakan pertanda dan peringatan bagi Pasar Tanah Abang.

Pasar Tanah Abang memiliki banyak cerita, bahkan sejak awal didirikan, Pasar Tanah Abang telah menjadi ikon Indonesia dalam hal pakaian. Berbagai dinamika yang terjadi selama lebih dari 30 tahun Pasar Tanah Abang terus memberikan kontribusi yang besar terhadap negara. Namun, beberapa tahun terakhir ini, pesatnya teknologi dan informasi telah memberikan wajah baru terhadap model pasar yang secara langsung memberikan dampak signifikan terhadap Pasar Tanah Abang. Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), sejak tahun 2012, volume penjualan di Pasar Tanah Abang mengalami tren penurunan dan yang terparah terjadi pada tahun 2018, yaitu

kurang lebih sebesar 30% pedagang kehilangan pelanggan tetap. Aprindo juga mencatat bahwa yang mengalami dampak terparah adalah industri pakaian.

Berdasarkan kondisi tersebut, Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI melalui Dinas Perdagangan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait serta mengajak semua elemen pedagang untuk dapat terlibat di dalam upaya digitalisasi Pasar Tanah Abang. Hal tersebut dilakukan dengan dibangunnya suatu sistem pasar daring Pasar Tanah Abang. Dalam hal ini, para pedagang yang sudah terdaftar diberi ruang pada suatu laman dan diberikan pembekalan berdagang secara daring. Dengan adanya modernisasi pasar Tanah Abang, hal itu diharapkan dapat mempertahankan eksistensi pasar tanah Abang dan sekaligus memberikan jawaban atas tantangan persaingan di era digital.

Sumber: <https://media.neliti.com/media/publications/296663-dampak-pembelian-online-terhadap-omzet-p-1e4db2fd.pdf>

Berdasarkan artikel di atas, diskusikan dengan kelompok untuk menjawab pertanyaan di halaman selanjutnya!

1. Mengapa para pengusaha ritel di Pasar Tanah Abang Jakarta mengalami penurunan omzet di era digital?

2. Kendala apa saja yang menyebabkan para pengusaha ritel di Pasar Tanah Abang belum bisa menghadapi tantangan di era digital?

3. Apa yang telah dan sedang dilakukan oleh pihak pemerintah dalam mengatasi permasalahan semakin melemahnya kegiatan ekonomi di pasar tradisional pada era ekonomi digital saat ini?

4. Apa simpulan dari artikel tersebut?



5. Bagaimana menurut kelompokmu, apa yang harus dilakukan oleh para pengusaha ritel di Pasar Tanah Abang untuk dapat terus bertahan dan meningkatkan omzet penjualannya?



Lembar Kerja Peserta Didik 2

Nama Kelompok :
Kelas :
Topik : Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Tujuan Pembelajaran : Menganalisis Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Petunjuk : Bacalah artikel berikut ini!

Pasar Tradisional Nasibnya Kini di Era Perbelanjaan Daring (*Online Shop*), Lokapasar (*Marketplace*), dan Perdagangan Elektronik (*E-Commerce*)

Ada beberapa isu yang sebenarnya menjadi penyebab “masalah” antara penjual dan pembeli di toko daring (*online*). Yang paling sering muncul adalah ketidakpercayaan antara penjual dan pembeli, pembayaran, layanan, dan infrastrukturnya. Pelindungan konsumen menjadi salah satu masalah terpenting dalam industri perdagangan elektronik (*e-commerce*), perbelanjaan daring (*online shop*), dan lokapasar (*marketplace*).

Oleh karena itu, dia mendesak pemerintah harus turun tangan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen toko daring. "Kalau ada barang yang tak sesuai, proses pengaduannya tidak jelas. Terutama yang di luar platform, mau mengadu ke mana kalau beli barang di Instagram?" Anda bisa mencobanya, Anda bisa menyentuhnya, Anda bisa merasakannya, Anda bisa melihat bagaimana pakaian itu pas di tubuh anda saat di ruang ganti dan saat Anda sudah membelinya, dan Anda mungkin akan tetap memegangnya.

Saat ini, kita melihat tren konsumen yang membeli beberapa ukuran dari produk yang sama sehingga mereka menggunakan kamar tidur mereka sebagai ruang untuk ganti pakaian. Hampir dua pertiga dari seluruh pemesan pakaian perempuan secara daring mengembalikan lagi barang belanjaan mereka setidaknya satu buah dalam enam bulan terakhir.

Angka-angka tersebut diperoleh para peneliti dengan memberikan pertanyaan kepada lebih dari 1.000 pelaku belanja daring. Hasilnya adalah sebanyak 63% konsumen mengembalikan baju-baju perempuan pesannya. Para pelaku belanja daring yang *selalu mengembalikan* barang-barang tersebut disalahkan karena naiknya harga-harga penjualan. Para pengecer mengatakan pengembalian gratis merupakan bagian penting dari bisnis mereka, tetapi mereka harus mengganti biaya-biaya itu atau mereka akan merugi.

Analisis konsumen, Savvy Marketing, yang mewawancarai para konsumen daring dalam 6 bulan sampai Mei 2016 juga menemukan fakta bahwa sebanyak 56% konsumen mengembalikan sedikitnya satu barang yang sudah dibeli. Penelitian terbaru dari Barclaycard menunjukkan bahwa biaya operasional satu dari lima bisnis daring meningkat untuk menutupi dana pengelolaan dan pengolahan barang-barang yang dikembalikan oleh para pelanggan. Tutupnya toko-toko daring di Indonesia tentu bisa jadi pelajaran berharga bagi para pelaku usaha. Kalau diperhatikan, tidak sedikit dari mereka yang menghentikan usahanya lantaran sulit bersaing dengan perdagangan elektronik raksasa. Mereka juga tidak mempunyai strategi mumpuni yang dinilai akan memudahkan untuk mengakuisisi banyak pelanggan.

Sebagai pengusaha, ciri khas produk itu jelas penting sekali. Merek atau produk yang dijual belum dikenal masyarakat meskipun dijual di toko daring yang lebih gampang dijangkau semua orang. Masyarakat lebih tertarik buat membeli yang pasti-pasti saja ketimbang yang baru.

Menurut data Google-Temasek, pengguna internet di Indonesia berjumlah sekitar 150 juta orang. Infrastruktur internet juga sudah menjangkau daerah-daerah yang jauh dari perkotaan. Banyak perusahaan bisnis melihat dua hal ini sebagai bekal untuk menumbuhkan industri perdagangan elektronik. Kemudian, mereka dengan percaya diri ambil bagian di dalam industri. Namun, panggung ternyata jauh dari api. Peruntungan sejumlah perusahaan tidak sebaik yang dibayangkan hingga kemudian terpaksa menghentikan kegiatannya.

"Kalau ada barang yang tak sesuai, proses pengaduannya tidak jelas. Terutama yang di luar platform, mau mengadu ke mana kalau beli barang di Instagram? Facebook atau platform *online*-nya?" Berbelanja di masa depan perlu menjadi penggabungan antara belanja daring dan toko fisik dan pelanggan bergerak di antara keduanya. Interaksi yang dipersonalisasi dengan pelanggan, seperti aplikasi intuitif dan pengalaman mendalam akan menjadi hal mendasar bagi resep suatu kesuksesan ledakan penjualan dengan perdagangan elektronik yang membuat para pembeli kini memiliki hubungan yang berbeda dengan pakaian dibandingkan dengan ketika mereka pergi ke sebuah toko.

Penulis: Dr. Syihabuddin, SPd., M.M.

Sumber:

[https://www.academia.edu/43551263/Pasar Tradisional nasibnya kini di Era Online Shop Marketplace dan E Commerce](https://www.academia.edu/43551263/Pasar_Tradisional_nasibnya_kini_di_Era_Online_Shop_Marketplace_dan_E_Commerce)

Berdasarkan artikel di halaman sebelumnya, diskusikan dengan kelompok untuk menjawab pertanyaan berikut ini!

1. Bagaimana perbedaan penjual dan pembeli pada saat terjadi transaksi jual beli di pasar tradisional dan daring jika dilihat dari penampilan atau performa?



2. Jelaskan permasalahan yang sering terjadi di toko daring antara penjual dan pembeli!



3. Bagaimana menurut kelompokmu agar pasar tradisional di era digital masih bisa mendapatkan pelanggan dan tidak kehilangan pendapatan?

Lembar Kerja Peserta Didik 3

Nama Kelompok :
Kelas :
Topik : Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Tujuan Pembelajaran: Menganalisis Perkembangan Ekonomi di Era Digital
Petunjuk : Bacalah artikel berikut ini!

Jual Beli Daring (*Online*), Dampak, dan Pengaruhnya bagi Masyarakat

Jual beli daring terjadi saat penjual dan pembeli tidak harus bertemu untuk melakukan transaksi maupun negosiasi. Komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa dilakukan melalui obrolan (*chat*), telepon, WhatsApp, dan aplikasi komunikasi lainnya. Sekarang juga tersedia media lokapasar daring (*marketplace online*) yang mempermudah kita dalam mencari dan menjual barang yang kita inginkan dengan cepat.

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dalam sistem bisnis, baik selera, kebutuhan, dan keinginan masyarakat. Pola bisnis juga berubah, yaitu dari pemasaran konvensional ke pemasaran daring. Jika sebelumnya konsumen membeli produk di retail dan mal-mal yang terkenal, pada saat ini, konsumen sudah mulai beralih ke transaksi belanja daring (*online shopping*) untuk sejumlah produk tertentu. Belakangan, item produk yang dijual makin berkembang dan variatif.

Proses keputusan belanja daring (*online*) tidak serumit keputusan pembelian luring (*offline*). Ini menjadi salah satu alasan belanja daring banyak diminati dibandingkan dengan belanja secara tradisional. Belanja secara daring memang lebih memudahkan dan menghemat waktu serta biaya. Inilah yang membuat sebagian dari pengguna internet melakukan pembelian daring. Dengan menggunakan mesin pencari seperti peramban (*browser*) atau aplikasi toko daring (*online shop*) pada tahap pencarian informasi, konsumen akan mencari referensi secara daring dari mana pun. Opini yang telah disebutkan orang lain menjadi suatu informasi yang berguna bagi pembeli lain dalam mengetahui produk yang akan dibeli.

Keuntungan dan kelebihan dari adanya toko daring ini antara lain (1) kegiatan belanja menjadi lebih praktis karena bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko daring satu ke toko daring lain; (2) pembeli bisa menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berjalan dari satu toko ke toko lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan; (3) pembeli bisa mendapatkan barang dari mana saja, dari luar kota bahkan luar negeri; (4) harga barang biasanya lebih murah; dan (5) toko daring membantu perekonomian pedagang kecil.

Jual beli daring juga mempunyai kekurangan dalam bertransaksi, di antaranya kita perlu (1) memikirkan dahulu apakah barang tersebut benar-benar kita butuhkan; (2) membandingkan harga antara toko daring yang satu dengan yang lainnya; (3) mengetahui reputasi toko dan mencari informasi melalui kenalan yang pernah belanja di toko tersebut maupun informasi daring lainnya; (4) membaca dengan cermat keterangan produk; Perhatikan nomor telepon penjual, jika bisa hubungi langsung untuk memastikan; (5) memperhatikan cara pembayaran, mencari pilihan yang aman agar jangan sampai rekening kita dibobol secara daring.

Berkembangnya jual beli daring di Indonesia ternyata juga mempunyai dampak negatif. Berikut adalah beberapa dampak buruk dari jual beli daring.

1. Mengancam Pasar Tradisional

Pemerintah khawatir perkembangan bisnis daring akan menggerus keberadaan pasar tradisional. Oleh karena itu, pemerintah berharap pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) tidak terlalu bergantung pada media penjualan berbasis daring. Menteri Koperasi dan UKM A.A.G.N. Puspayoga tidak memungkiri jika penjualan melalui daring bisa meningkatkan kinerja penjualan pelaku bisnis. "Saya yakin bisnis *online* ini sesuatu yang bisa menggulirkan pendapatan para pelaku UKM tapi tak boleh sampai semuanya dengan *online*. Pasar kita nanti bisa sepi," katanya kepada wartawan saat wawancara usai meresmikan Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM) Center, di Jalan AP Pettarani, Makassar, Rabu (25/1).

2. Meningkatnya Jumlah Pengangguran

Bos CT Corp yang juga Menteri Koordinator Perekonomian era Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), Chairul Tanjung, mengungkapkan bahwa skema jual beli daring atau perdagangan elektronik berpotensi meningkatkan pengangguran di Tanah Air sebab pedagang tradisional akan makin kehilangan pembeli dan terpaksa gulung tikar. "E-commerce itu suatu mekanisme dapatkan customer dengan bakar uang sehingga harga yang diberikan pasti jauh lebih rendah dari pedagang normal," ujarnya saat ditemui di Gedung BEI, Jakarta, Selasa (4/4). Menurutnya, solusi dari permasalahan ini ialah pedagang harus meningkatkan kualitas hidupnya dengan mengikuti perubahan zaman. Tiga kunci yang harus dipunyai ialah inovasi, kreatif, dan jiwa kewirausahaan. "Kita sedang menghadapi sebuah perubahan luar biasa," tuturnya. Perkembangan teknologi, lanjutnya, juga mengancam pekerja sektor formal karena tenaga kerja manusia di masa depan akan digantikan dengan robot.

3. Picu PHK Massal

Ekonom mikro, James Adam, menilai salah satu faktor pemicu maraknya pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap para pekerja ritel sejak awal 2017 adalah karena berkembang pesatnya belanja dalam jaringan (daring) atau *online*. Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), Roy Mandey, mencatat bahwa terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) ribuan pekerja ritel sejak awal 2017. Rinciannya, sekitar 2.000 PHK terjadi saat pemberhentian operasi gerai 7-Eleven di Indonesia dan 1.000 PHK lainnya menyebar di seluruh gerai *hypermarket* atau supermarket skala besar. Promosi melalui media sosial akan dapat menunjukkan tampilan yang menarik serta tawaran diskon yang membuat orang makin ingin berbelanja.

Penulis: Nadifa Amalia (Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)

Sumber: <https://mahasiswaindonesia.id/jual-beli-online-dampak-dan-pengaruhnya-bagi-masyarakat/>

Berdasarkan artikel di halaman sebelumnya, diskusikan dengan kelompok untuk menjawab pertanyaan berikut ini!

1. Jelaskan beberapa alasan belanja daring lebih banyak diminati dibandingkan dengan belanja di pasar tradisional!

2. Jelaskan kelebihan dan kekurangan belanja daring! Untuk menjawabnya, lengkapi tabel berikut ini!

Kelebihan	Kekurangan