

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Konsep

2.1.1 Definisi Adaptasi Sosial

Adaptasi sosial merupakan salah satu bentuk penyesuaian diri dalam lingkungan sosial. Adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan. Penyesuaian ini dapat diartikan sebagai mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, jadi dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan pribadi (Gerungan, 1991). Adaptasi disebut juga sebagai penyesuaian diri baik itu melalui genetik ataupun habitat. Setiap makhluk hidup memiliki cara adaptasi yang berbeda-beda tergantung kemampuan individu tersebut. Misalnya pedagang pasar tradisional berpindah tempat ke pasar modern. Makhluk hidup yang sudah dapat beradaptasi pada habitat yang lama akan sulit untuk dapat tinggal pada habitat yang baru dengan kondisi yang berbeda.

Dalam proses kehidupan manusia yang hidup berdampingan dengan masyarakat lainnya, individu tidak dapat hidup begitu saja untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan dirinya, karena individu tersebut mempunyai lingkungan diluar dirinya, baik fisik maupun lingkungan sosial. Dan lingkungan ini mempunyai aturan dan norma-norma yang membatasi tingkah laku tersebut.

2.1.2 Strategi Adaptasi

Strategi adaptasi dapat diartikan sebagai rencana suatu tindakan yang dilakukan manusia baik secara sadar maupun tidak sadar dalam merespon kondisi lingkungan sekitar. Dalam bukunya, Marzali menjelaskan bahwa strategi adaptasi merupakan sikap perilaku manusia dalam menempatkan sumber daya yang mereka miliki dalam menghadapi berbagai masalah sebagai pilihan tindakan yang tepat demi guna menyesuaikan dengan lingkungan sosial, kultural, ekonomi dan ekologis di tempat dimana mereka berada (Amri Marzali, 2003:26)

Smith (1986), mengungkapkan bahwa konsep strategi adaptasi mengarah pada suatu rencana tindakan dalam kurun waktu tertentu, oleh beberapa individu tertentu maupun suatu kelompok manusia bahkan keseluruhan sebagai upaya dalam langkah-langkah dengan kemampuan yang ada dalam dan diluar. Strategi tersebut mempunyai tingkatan pelaku pada kondisi sosial yang ada, pelaku-pelaku tersebut setidaknya harus mempunyai pernyataan tentang apa yang dipikirkan dan apa yang direncanakan untuk kedepannya. Suatu individu atau masyarakat yang baru mendiami daerah baru dan kondisi yang baru pula, harus cepat tanggap terhadap keadaan yang terjadi dan harus mampu menyusun strategi agar dapat dengan mudah merespon berbagai kondisi yang terjadi dilingkungan yang baru.

Adaptasi diartikan sebagai kapasitas seseorang untuk dapat mengatasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Pada umumnya proses tingkah laku yang didasarkan pada faktor psikologis untuk mengantisipasi kemampuan untuk melihat tuntutan masa yang akan datang. Dengan

demikian adaptasi merupakan tingkah laku yang terencanakan agar dapat mengantisipasi suatu peristiwa dimasa yang akan datang. Pengertian adaptasi sering dibaurkan dengan pengertian penyesuaian diri.

2.1.3 Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha atau biasa juga disebut pedagang adalah orang yang menjalani aktivitas transaksi jual beli yang berhubungan langsung dengan konsumen. Pelaku usaha dalam artian disini bukan hanya produsen yang sebagai memproduksi barang ataupun jasa melainkan juga termasuk pihak-pihak yang menyalurkan barang dan jasa kepada konsumen. Misalnya, pedagang eceran, grosir, agen dan distributor. Penyedia bahan baku dan bahan dasar suatu produk juga disebut sebagai pelaku usaha. Jadi pelaku usaha mencakup konteks yang cukup luas.

Sebagai produsen ataupun sebagai pihak yang menyalurkan barang dan jasa, pelaku usaha juga memiliki beberapa hak yang patut diketahui oleh konsumen agar perekonomian dapat berjalan dengan lancar sebagaimana mestinya. Pelaku usaha juga berhak mendapatkan hak-haknya seiring dengan kewajiban yang telah dijalankan. Salah satu hak pelaku usaha ialah memperoleh laba atau keuntungan. Sebagai pedagang, mereka memiliki caranya tersendiri dalam memasarkan barang dagangannya supaya menarik peminat konsumen untuk membelinya. Selain itu juga agar modal dan keuntungannya selalu berputar, pelaku usaha sangat berpegang erat dengan prinsip “pengeluaran sekecil-kecilnya dan pemasukkan sebesar-besarnya”.

Ada dua bentuk dalam pelaku usaha, yaitu perorangan dan badan usaha. Perorangan yang dimaksud adalah seorang individu yang menjalankan usahanya seorang diri dan dari modal sendiri pula. Sedangkan badan usaha adalah kumpulan individu yang menjalankan usahanya secara bersama-sama dalam kegiatan usaha untuk mencapai suatu tujuan bersama. Berikut adalah beberapa hak-hak pelaku usaha:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang telah disepakati dengan konsumen mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen

Berdasarkan beberapa hak-hak pelaku usaha diatas, berikut juga ada beberapa kewajiban pelaku usaha, diantaranya:

1. Beritikad baik dan jujur dalam kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen dengan ramah dan jujur serta tidak deskriminatif.

4. Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa.
5. Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.1.4 Faktor Pendorong Seseorang Menjadi Wirausahawan

Kewirausahaan adalah suatu proses seseorang individu maupun kelompok individu yang menggunakan cara yang teroganisir dan peluang yang menciptakan nilai untuk tumbuh, memenuhi kebutuhan, dan keinginan inovasi, keunikan dan tidak peduli dengan sumber daya yang digunakan (Robbing dan Coutler, 2021). Kewirausahawan juga merupakan suatu solusi untuk mengatasi masalah dalam lingkungan hidup di segi ekonomi mikro maupun makro.

Dalam artian kewirausahaan disini sebagai sikap dan semangat perilaku atau kemampuan seseorang dalam menjalankan usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari dan menciptakan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan. Dalam menjalankan wirausaha pengalaman dan pengetahuan sangatlah penting untuk menjalankan suatu usaha sehingga peran perguruan tinggi yang memiliki jurusan yang sesuai dengan wirausaha yang dijalannya dapat berjalan dengan semestinya. Berikut adalah beberapa faktor pendorong seseorang menjadi wirausahawan.

1. Faktor individu atau personal

Faktor ini pengaruh pengalaman hidup dari masa kecil hingga dewasa baik dari lingkungan maupun keluarga. Contohnya, pada masa kecil sering diajak orang tua atau pamannya sering diajak ketempat yang berhubungan dengan bisnis. Pengalaman ini akan terus melekat dalam benaknya sehingga bercita-cita menjadi pengusaha. Contoh berikutnya perkembangan saat dewasa yang terpengaruh pada pergaulan, suasana kampus dan teman-temannya yang berprofesi sebagai pengusaha.

2. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tidak begitu berpengaruh pada terhadap keinginan dirinya untuk menjalani hidup sebagai wirausahawan. Justru tingkat pendidikan tidak terlalu tinggi yang membuat seseorang untuk memilih untuk menjadi pengusaha. Maka kebanyakan orang tua ingin anak-anaknya melanjutkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi agar menambah wawasan lebih luas dan masa depan yang cerah.

3. Dorongan Keluarga

Keluarga memiliki peran penting dalam menumbuhkan serta mempercepat seorang anak untuk mengambil keputusan dalam berkarir karena orang tua berfungsi sebagai konsultan pribadi menjadi pelatih sekaligus mentornya, agar seorang anak yang ingin menjadi wirausahawan dapat terwujud.

4. Lingkungan dan Pergaulan

Lingkungan dan pergaulan juga menjadi faktor seorang menjadi wirausahawan, jika seseorang ingin menjadi sukses, maka seseorang tersebut harus bergaul dengan orang pintar dan berpengalaman dalam berwirausaha agar tertular. Setidaknya dapat ilmu dari orang pintar untuk modal dan skill kita kedepannya.

5. Keterpaksaan dan Keadaan

Keterpaksaan dan keadaan kondisi yang diciptakan atau yang sedang terjadi, misalnya PHK, pensiun dan pengangguran ataupun belum memiliki pekerjaan akan membuat seseorang memilih jalan hidupnya menjadi enterprenuer, karena tidak mempunyai pilihan lain lagi.

2.1.5 Definisi Pakaian Bekas (Lelong)

Pakaian merupakan busana pokok yang digunakan untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang terbuat dari bahan tekstil dan berbagai macam serat misalnya katun, wol, rajut, dan masih banyak lagi. Menurut Riyanto (2003:2) busana arti umum adalah bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakai atau disampirkan untuk menutup tubuh seseorang.

Pakaian bekas lelong adalah pakaian yang digunakan oleh orang-orang tangan pertama di berbagai negara maju yang sudah tidak terpakai lagi kemudian di impor ke beberapa negara berkembang, salah satunya Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri sudah banyak sekali yang menggemari pakaian bekas ini hingga menjadikannya sebagai trend fashion mereka karena dari

merk dan brand dari pakaian tersebut. Pakaian bekas ini biasanya disebut sebagai barang *second*, *thrift* dan lain sebagainya tergantung pada setiap daerah masing-masing. Untuk masyarakat Kota Pontianak sendiri pakaian bekas ini biasa disebut sebagai nama “lelong”. Untuk nama lelong sendiri berasal dari kata “lelang” yang sering diucapkan oleh warga melayu Sarawak, Malaysia yang kemudian nama tersebut masuk ke Indonesia khususnya Pontianak dan nama lelang diplesetkan menjadi nama lelong yang digunakan hingga sekarang ini.

Pada tahun 80-an jauh sebelum masyarakat Malaysia mengenal pakaian import dengan sebutan nama lelang, nama yang dahulu muncul untuk penyebutan pakaian bekas import tersebut yaitu roma atau singkatan dari rombongan Malaysia. Banyak orang mengartikan lelong ini hanya sebagai pakaian bekas yang mencakup baju, celana, hoodie, sweater, jaket. Namun pada dasarnya lelong mencakup lebih umum termasuk barang bekas lainnya seperti sandal, sepatu, tas, ikat pinggang, kacamata.

Pakaian juga merupakan bagian dari kebutuhan primer bagi setiap manusia sekaligus kebutuhan pokok setelah makan dan tempat tinggal. Seiring berjalannya waktu pakai juga dijadikan sebagai status atau simbol jabatan kedudukan seseorang yang memakainya. Sehingga permintaan dan kebutuhan pakaian pun akan terus meningkat dengan perkembangannya populasi dunia. Maka tak jarang pakaian bekas pun dijadikan sebagai trend fashion bagi kebanyakan orang diberbagai negara berkembang khususnya Indonesia. Namun trend fashion yang digunakan oleh kebanyakan

masyarakat sekarang ini membuat permintaan pasar pakaian akan terus meningkat apalagi pada pakaian branded. Hal seperti ini yang menyebabkan pakaian yang dulunya sering dijadikan trend fashion kini menjadi pakaian bekas hingga tak sedikit dari mereka yang memanfaatkan pakaian bekas ini sebagai peluang usaha mereka.

2.1.6 Kebutuhan Manusia

Pada hakikatnya manusia sebagai makhluk sosial hidup dengan berbagai macam kebutuhan yang muncul didasari oleh keinginan untuk bertahan hidup. Psikologi kepribadian (2018) Alwisol mengungkapkan bahwa kebutuhan didefinisikan sebagai pembangunan tentang kekuatan otak yang mengorganisir berbagai macam proses, sama halnya dalam berpikir dan bertindak untuk mengubah kondisi yang ada dari tidak memuaskan menjadi lebih memuaskan dan memiliki segala hal yang dibutuhkan. Kebutuhan juga muncul dari kebutuhan manusia itu sendiri, akan tetapi kebutuhan seringkali dipengaruhi oleh faktor lingkungan tersebut. Contohnya kebutuhan manusia paling mendasar yaitu makan dan minum.

Berdasarkan KBBI, kebutuhan merupakan sebagai sesuatu yang dibutuhkan. Dapat diartikan juga bahwa kebutuhan manusia adalah kebutuhan yang dibutuhkan manusia itu sendiri atau keinginan yang harus dapat dipenuhi demi mencapai kepuasan tersendiri baik dari segi rohani maupun jasmani untuk keberlangsungan hidup. Kebutuhan yang dimaksud disini dapat berupa barang dan jasa, jika manusia sudah dapat memenuhi kebutuhannya, maka dapat dikatakan hidupnya sudah mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat terjadi apabila sebagian besar kebutuhan manusia sudah dapat terpenuhi

dengan baik dan dapat dikatakan manusia tersebut sudah mencapai kesejahteraan dalam hidupnya. Akan tetapi kemakmuran yang dimaksud disini beda halnya dengan kekayaan. Jika kemakmuran merujuk pada terpenuhinya segala kebutuhan manusia, maka kekayaan lebih merujuk pada jumlah materi dan harta yang dimiliki seseorang.

Kebutuhan manusia dapat terbagi menjadi beberapa bagian yaitu, kebutuhan mutlak, kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Adapun berikut adalah penjelasannya:

1. Kebutuhan Mutlak

Kebutuhan mutlak adalah kebutuhan yang harus benar-benar dipenuhi, tidak boleh tidak. Jika kebutuhannya tidak dapat terpenuhi, seseorang tersebut tidak dapat bertahan hidup sebagaimana mestinya. Misalnya makan dan minum.

2. Kebutuhan Primer

Kebutuhan primer disebut sebagai kebutuhan pokok manusia yang paling pertama dan yang paling utama yang bisa didapatkan langsung dari olahan sumber daya alam dan hewan. Kebutuhan primer ini mencakup sandang, pangan, dan papan. Sandang diartikan sebagai kebutuhan manusia untuk pelindung tubuh yaitu pakaian, yang berfungsi melindungi tubuh dari dingin, panas, serangan binatang buas dan tindakan asusila. Pangan memiliki arti sebagai kebutuhan manusia makan dan minum. Sedangkan papan adalah kebutuhan manusia untuk berlindung dan menetap bertempat tinggal, seperti rumah. Sebagai kebutuhan primer dari

manusia sangat penting untuk menjaga pola hidup dengan makanan yang sehat karena itu dapat mempengaruhi tubuh dan juga kesehatan.

3. Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan primer yang dimana setiap manusia pasti memiliki keinginan untuk kepuasan dalam kehidupannya, kebutuhan yang dimaksud tersebut seperti kendaraan, sepatu, handphone dan lainnya.

4. Kebutuhan Tersier

Selanjutnya ada kebutuhan tersier yang dapat dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder telah terpenuhi. Kebutuhan tersier ini kebutuhan turunan berdasarkan intensitasnya. Biasanya kebutuhan tersier jauh lebih cenderung kepada pemuasan akan barang mewah yang menjadi bagian dari hiburan. Yang termasuk dalam kebutuhan tersier seperti, memiliki rumah mewah, kendaraan mewah, liburan ke luar negeri dan pakaian bermerk.

2.1.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebutuhan Manusia

Setiap manusia tentunya memiliki kebutuhannya masing-masing yang harus mereka penuhi. Kebutuhan yang dimaksud yaitu segala sesuatu harus berjalan dengan seimbang sebagaimana mestinya. Meskipun kebutuhan harus terpenuhi didalam diri manusia tentunya kebutuhan setiap individu berbeda-beda, apalagi dizaman modern ini membuat kebutuhan manusia terus meningkat yang membuat setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda, bahkan sampai kebutuhan tersebut begitu banyak sampai tak terbatas. Tentu

saja usaha dalam memenuhi kebutuhan tersebut berbeda pula. Contohnya, kebutuhan manusia yang tinggal di daerah pesisir pantai berbeda dengan mereka yang tinggalnya di daerah dataran tinggi. Berikut adalah beberapa penjelasan mengenai faktor yang mempengaruhi kebutuhan manusia didalam kebutuhannya:

1. Faktor Kondisi Alam

Faktor yang pertama ada faktor kondisi alam, seperti yang diketahui manusia tidak bisa hidup tanpa beradaptasi dengan alam dan lingkungan sekitar, maka sangat erat kaitannya dengan kebutuhan yang harus dipenuhi manusia. Manusia akan melakukan segala hal untuk memenuhi segala kebutuhannya berdasarkan kondisi geografis atau keadaan alam dan tempat tinggalnya. Contohnya orang yang tinggal di daerah pesisir, yang udara atau hawanya cenderung panas sehingga mereka mengenakan pakaian yang tipis. Sedangkan orang yang tinggalnya di daerah pegunungan cenderung mengenakan pakaian yang tebal agar tidak kedinginan

2. Faktor Pekerjaan

Setiap orang tentunya memiliki pekerjaan dan profesinya masing-masing yang berbeda dan tentunya memiliki kebutuhan yang berbeda pula. Misalnya, profesi sebagai pedagang lelong tentunya memiliki kebutuhan yang tidak sama dengan profesi sebagai guru. Jika pedagang lelong membutuhkan pakaian bekas impor dari luar negeri, maka guru membutuhkan alat tulis dan perlengkapan mengajar lainnya.

3. Faktor Penghasilan

Tidak hanya dari pekerjaan saja, berikutnya ada faktor penghasilan baik besar ataupun kecil penghasilan seseorang pasti akan berbeda dan sangat mempengaruhi kebutuhan masing-masing. Misalnya orang dengan penghasilan yang pas-pasan tentu saja hanya dapat memenuhi kebutuhan pokok saja. Beda halnya dengan orang yang memiliki penghasilan yang lebih maka tingkat kebutuhan yang dimilikinya lebih tinggi pula dan serba berkecukupan pastinya. Seseorang yang memiliki penghasilan yang kecil akan merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan selain primer. Begitu juga sebaliknya, orang yang memiliki penghasilan yang lebih maka akan merasa lebih mudah dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

4. Tingkat Pendidikan

Perbedaan tingkat pendidikan antar individu akan mempengaruhi kebutuhan masing-masing. Siswa SD, SMP, dan SMA membutuhkan buku dan alat tulis untuk belajar dan mengerjakan tugas. Sedangkan mahasiswa lebih cenderung menggunakan laptop untuk mengerjakan tugas dan skripsi.

5. Adat Istiadat

Setiap daerah memiliki adat istiadatnya masing-masing yang akan mempengaruhi kebutuhan masyarakatnya. Contohnya, adat pernikahan orang Jawa akan berbeda dengan pernikahan adat orang Sumatera. Mulai dari perbedaan pakaian adatnya, hingga prosesi acara pernikahan mereka masing-masing yang akan mempengaruhi perbedaan kebutuhan dari masing-masing adat.

2.1.8 Pengertian Virus COVID 19

Virus corona adalah wabah virus yang menyerang pada sistem pernapasan manusia yang bisa menyebabkan infeksi paru-paru hingga kematian pada yang tertular. Pada kasus yang terjadi, virus ini hanya menyebabkan flu biasa. Namun, virus ini juga dapat berakibat fatal pada sistem pernapasan seperti infeksi paru-paru. Virus ini dapat tertular melalui percikan dahak, saluran pernapasan, misalnya saat berada dalam ruangan tertutup dalam kondisi yang ramai dan pengap atau bersentuhan langsung dengan orang yang terdampak droplet tersebut.

Virus corona ini ditemukan pertama kali di China tepatnya di Kota Wuhan pada akhir Desember 2019. Pada 30 Januari 2020, WHO mengumumkan kondisi kesehatan global. Kemudian WHO juga mengumumkan nama resmi virus korona tipe baru yaitu *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-Co-2). Virus COVID19 berasal dari hewan kelelawar yang tercampur dengan makanan hidangan restoran yang ada di salah satu Kota China. Virus ini dapat menular dengan begitu cepat melalui kontak langsung pada yang terinfeksi, tanpa kita sadari virus ini juga dapat menular melalui benda-benda yang kita sentuh. Virus corona ini menular dengan begitu cepat bahkan telah menyebar ke beberapa negara belahan dunia dalam kurun waktu beberapa bulan saja, termasuk Indonesia sendiri virus corona ini masuk pada pertengahan bulan Februari 2020. Virus ini dapat terinfeksi kepada siapa saja, mulai dari bayi, anak-anak remaja bahkan lebih rentan kepada lansia.

Hal tersebut membuat beberapa negara memberlakukan kebijakan *lockdown* demi mencegah penyebaran virus Corona semakin luas. Demikian pula dengan pemerintah Indonesia membuat kebijakan sendiri yaitu Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekankan penyebaran virus ini. Namun, kebijakan PPKM saat ini sudah dilonggarkan pada beberapa wilayah seperti DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat.

2.2 Teori

Adaptasi sosial merupakan salah satu bentuk cara penyesuaian diri dalam lingkungan sosial sebagai sikap mengubah diri dalam suatu keadaan lingkungan baru atau situasi dan kondisi yang berbeda dari sebelumnya yang dimana sudah direncanakan. Misalnya, pelaku usaha pakaian bekas lelong harus dapat menyesuaikan diri pada lingkungan sekitar disaat pandemi COVID19 agar barang dagangannya tetap laku demi dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Menurut Schneider (1964), adaptasi atau penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial merupakan sebagai bentuk proses yang meliputi respons mental dan perilaku yang diperjuangkan individu agar dapat berhasil menghadapi kebutuhan-kebutuhan internal. Misalnya, dalam menghadapi kondisi ketegangan, frustrasi, konflik, serta untuk menghasilkan kualitas keseimbangan antara tuntutan dari dalam diri individu dengan dunia luar atau lingkungan tempat individu berada.

Penyesuaian diri terhadap lingkungan fisik sering disebut adaptasi, sedangkan penyesuaian diri dengan lingkungan sosial disebut *adjustment*.

Adaptasi lebih bersifat fisik dimana orang berusaha untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya, karena hal ini lebih banyak berhubungan dengan orang tersebut. Tingkah lakunya tidak hanya menyesuaikan diri dengan lingkungan fisik, tetapi juga dengan lingkungan sosialnya. Soerjono soekanto (Soekanto, 2000) memberikan beberapa batasan pengertian dari adaptasi sosial, yaitu:

1. Proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan.
2. Penyesuaian terhadap norma-norma untuk menyalurkan ketegangan.
3. Proses perubahan untuk menyesuaikan dengan kondisi yang berubah.
4. Mengubah agar sesuai dengan kondisi yang diciptakan.
5. Memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan.
6. Penyesuaian budaya dan aspek lainnya sebagai hasil seleksi alamiah.

Dari beberapa batasan tersebut dapat disimpulkan bahwa adaptasi merupakan suatu proses penyesuaian. Penyesuaian dari individu, kelompok maupun unit sosial terhadap norma-norma, proses perubahan dan kondisi yang diciptakan. Dari penyesuaian tersebut memiliki tujuan tertentu, antara lain:

1. Mengatasi halangan-halangan dari lingkungan
2. Menyalurkan ketegangan sosial.

3. Mempertahankan kelanggengan kelompok ataupun unit sosial.
4. Bertahan hidup.

Dalam kondisi seperti ini pelaku usaha lelong harus bijak dalam menerapkan strategi yang akan digunakan agar barang dagangannya tetap laku dan segala kebutuhannya dapat terpenuhi. Adapun beberapa tahapan strategi pelaku usaha lelong berdasarkan teori dalam menganalisis penelitian ini:

a) Mengenal situasi dan kondisi pasar ditengah wabah COVID 19

Situasi adalah suatu keadaan dimana seseorang dapat menemukan jati dirinya sendiri atau dapat mengenal dan beradaptasi dengan lingkungan sekitar dimana orang itu berada. Sedangkan kondisi adalah mengenal suatu benda dari penampilannya dan dapat menilai kualitas suatu benda tersebut. Maka dari itu pelaku usaha lelong dapat menyesuaikan diri dengan situasi sekarang ini yang dimana dapat melihat perbedaan kondisi sebelumnya dengan kondisi yang setelah adanya COVID19 ini, dengan melihat kondisi pasar dari segi peningkatan dan penurunan konsumen di tengah wabah COVID 19 ini.

b) Strategi pemasaran

Pemasaran sangat erat kaitannya dengan konsumen, seorang pedagang dalam menerapkan strategi pemasaran harus dapat menganalisis dari perilaku konsumen dan juga kondisi pasar. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:72) strategi pemasaran merupakan pemikiran atau logika pemasaran yang dimana suatu perusahaan mengharapkan dapat

menciptakan nilai bagi pelanggan dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Dengan demikian, seorang pemasar akan tahu strategi pemasaran seperti apa yang akan diterapkan kepada konsumennya berdasarkan hasil analisisnya. Sebagai pelaku usaha lelong juga dapat menerapkan strategi pemasaran seperti berjualan online dengan mempromosikan dagangannya di media sosial

c) Proses keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) keputusan pembelian adalah berdasarkan daya minat konsumen membeli dengan merk yang paling disukai, ada dua faktor yang menjadi keputusan pembelian. Faktor pertama yaitu saran dari orang terdekat yang dapat mempengaruhi dalam pembelian produk. Faktor yang kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan, di mana konsumen membentuk niat pembelian berdasarkan modal yang dikeluarkan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Terjadinya keputusan pembelian suatu tindakan dan perilaku yang dilakukan ketika menentukan negosiasi dan pembelian atas minat dasar konsumen terhadap suatu produk yang dijual oleh pedagang atau pelaku usaha. Setelah mendapatkan kesepakatan harga dan transaksi pun dilakukan, maka tahapan strategi pelaku usaha lelong dari mengenal kondisi pasar ditengah wabah COVID 19, strategi pemasaran, proses keputusan pembelian pun dapat dilakukan disini pelaku usaha lelong dapat memenuhi kebutuhan hidupnya ditengah wabah virus COVID 19.

d) Terpenuhinya kebutuhan

Kebutuhan adalah sesuatu yang dibutuhkan. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia atau keinginan yang harus dapat dipenuhi, demi tercapainya kepuasan rohani dan jasmani demi keberlangsungan hidup, yang dapat berupa barang maupun jasa. Menurut Alwisol kebutuhan adalah pikiran mengenai kekuatan otak yang mengorganisir berbagai macam proses seperti persepsi atau pandangan untuk mengubah kondisi yang ada dan merasa tidak memuaskan bisa dibangkitkan kembali oleh proses internal, akan tetapi lebih cenderung dirangsang oleh faktor lingkungan. Setelah beberapa unsur tahapan diatas dapat diterapkan semua, maka pelaku usaha lelong sudah dapat memenuhi kebutuhan hidupnya berdasarkan analisis teori diatas.

2.3 Penelitian Terdahulu

Pertama ada hasil penelitian dari Faizatul Adibah (2017) yang berjudul “Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Tugu Pahlawan Kota Surabaya” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesamaan dari hasil penelitian tersebut dengan penelitian penulis dan juga sebagai acuan untuk melakukan analisis. Untuk mencapai tujuan ini digunakan pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian ini ada hubungannya dengan “Strategi Pelaku Usaha Pakaian Bekas (lelong) Dalam Memenuhi Kebutuhan Hidup di Kecamatan

Pontianak Kota”, yang dimana hasil dari penelitian tersebut mengarah pada pelaku usaha dalam menjual pakaian bekas. Maka analisis yang dapat dilakukan disini adalah pelaku usaha pakaian bekas tersebut sebagai subjek penelitiannya.

Kedua ada hasil penelitian dari Yesi Indra Wahyu (2018), yang berjudul “Faktor-faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas”. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan yang dimana penelitian ini relevan karena ada kaitannya dengan judul yang peneliti angkat dan memiliki kesamaan yaitu mengenai pakaian bekas. Hasil dari penelitian dapat menjadi pedoman peneliti untuk melakukan analisis lapangan dan pelaku usaha dari penjual pakaian bekas tersebut yang menjadi subjeknya.

Ketiga ada hasil penelitian dari Wati (2016) dengan judul “Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas” (Studi Kasus di Kota Salatiga Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga). Berdasarkan dari hasil penelitian ini sangat cocok sebagai acuan peneliti disini dan relevan karenanya menyangkut soal bisnis jual beli pakaian bekas dengan metode penelitian kualitatif yang menggunakan data berupa wawancara dan dokumentasi.

Keempat ada hasil penelitian dari Dina Rynduning Firdausi (2021) yang berjudul “Pemaknaan *Fashion Thrift* Sebagai Komunikasi.” Universitas Islam Indonesia. Berdasarkan pada hasil penelitian ini cukup cocok dan relevan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu mengenai *thrift* atau pakaian bekas (lelong) dan ini dapat menjadi acuan yang dimana skripsi ini

juga menggunakan metode penelitian kualitatif yang pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi.

Berikutnya yang kelima ada skripsi dari Ghea Sesaria Virgina (2022) yang berjudul “Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pada penelitian ini terdapat kesamaan mengenai masalah yang diangkat dalam skripsi yaitu ketertarikan masyarakat terhadap dunia *thrift* (lelong) yang dapat menjadikan skripsi ini sebagai acuan peneliti karena ini sangat relevan. Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang data-datanya didapatkan dengan metode wawancara dan juga dokumentasi.

Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian relevan diatas dengan penelitian yang ditulis dalam penelitian ini adalah penelitian ini bertemakan terkait COVID 19 yang berujuk pada bagaimana strategi pelaku usaha lelong dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sebelum dan sesudah pandemi COVID 19 ini terjadi. Sedangkan penelitian relevan diatas hanya mengenai tema tentang pakain bekas impor (lelong) yang tentunya tujuan pembahasannya juga berbeda tapi ada kaitannya dengan penelitian ini sebagai bahan rujukan.

2.4 Kerangka Pikir

Gambar 2.1

