UEPURO:
Jurnal Ilmiah Mahasiswa
Vol. 2, No. 1 (Desember 2020)
pISSN: 0000-0000 ; eISSN: 0000-0000

Situs online di
https://jurnal.sttgkst.ac.id/index.php/uepuro/

Pengaruh *Marketplace Facebook* Terhadap Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena Pada Masa *Covid*: Perspektif Etika Bisnis Kristen

Mitha Charenina Tangkawata, I Gede Supradnyana
Mahasiswa Program Studi S1 Teologi STT GKST Tentena

Dikirimkan: 10-10-2022/Diterima: 10-11-2022/Dipublikasikan:10-12-2022

Abstrak

Pasar merupakan salah satu pusat perbelanjaan. Fungsi pasar yaitu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat yang ada. Selain berfungsi sebagai pusat perbelanjaan, pasar juga sebagai sumber pendapatan bagi para pedagang yang ada. Tidak hanya sampai disitu, pasar pun dikelola oleh pemerintah sebagai salah satu sumber pendapatan Daerah. Pasar tradisional Siwagilemba Tentena merupakan salah satu sumber pendapatan Daerah Kabupaten Poso yang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Poso. Namun, dalam pengamatan beberapa tahun terakhir, pasar tradisional Siwagilemba Tentena kurang diminati oleh pengunjung. Hal ini dikarenakan modernisasi yang terus terjadi terhadap pasar, sehingga memunculkan pasar-pasar modern, seperti minimarket – minimarket, bahkan pasar *online*. Layaknya pasar tradisional, pasar modern juga mempunyai fungsi menyediakan segala sesuatu yang diperlukan. Di pasar tradisional masyarakat bisa memperoleh apa yang dia butuhkan, misalnya seperti daging, sayur, buah, rempah dapur, dll, sebaliknya pun masyarakat juga dapat memperoleh semuanya itu di pasar modern. Pasar modern hadir dengan kelebihan khusus dibandingkan pasar tradisional. Berdasarkan pernyataan tersebut di atas, skripsi ini dibuat menjadi sebuah karya tulis. Skripsi ini dibuat menggunakan sudut pandang Etika Bisnis Kristen sekaligus memperlihatkan karya Allah sebagai Sang Pengusaha, dan bagaimana peran gereja mengatasi persoalan dalam dunia bisnis.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Modernisasi, Pasar *Modern-Online*, Etika Bisnis Kristen

1. Pendahuluan

Berbicara tentang pasar, yang terlintas dalam pikiran kita yaitu tempat untuk berbelanja. Pasar menyediakan segala sesuatu yang menjadi kebutuhan hidup manusia, mulai dari kebutuhan empat sehat lima sempurna, pakaian, dan perkakas rumah tangga lainnya. Bahkan sebagian besar masyarakat menggunakan pasar sebagai tempat untuk mencari nafkah. Bagi para petani, pasarlah tempat di mana mereka menjual sebagian dari hasil pertaniannya; seperti sayuran, rempah-rempah, beras, jagung, dan masih banyak lainnya. Bukan hanya petani saja, pasar dimanfaatkan sebagai tempat untuk mencari nafkah bagi para peternak, pengrajin, nelayan dan lain-lain.

Zaman semakin berkembang, masyarakat mulai membiasakan diri dengan kehidupan

yang serba modern. Modernisasi juga terjadi terhadap pasar. Sekarang ini banyak bangunan-bangunan pasar modern yang juga menyediakan berbagai macam kebutuhan layaknya pasar tradisional. Bahkan dengan kecangihan teknologi mulai muncul pasar *online* (*marketplace*) yang perlahan-lahan sepertinya mulai menyingkirkan fungsi dan peran pasar tradisional. Apalagi sekarang ini, aktivitas masyarakat di luar rumah serba terbatas, karena adanya virus *Corona*.

Pasar tradisional Siwagilemba Tentena, merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Tentena. Seperti pasar pada umumnya, pasar tradisional Siwagilemba Tentena menyediakan berbagai macam kebutuhan hidup masyarakat Tentena dan sekitarnya. Dalam beberapa pengamatan pada waktu yang berbeda, terlihat sedikit pengunjung. Pasar tradisional Siwagilemba akan ramai dikunjungi ketika hari raya besar seperti pada perayaan natal, padungku, tetapi di hari-hari biasa terlihat sepi. Belum diketahui secara pasti penyebabnya, tetapi kemungkinan bahwa pasar *online* telah menarik minat masyarakat Tentena untuk berbelanja.

Keterlibatan para pedagang di pasar, memperlihatkan bahwa mereka menekuni dunia berdagang sebagai panggilan iman untuk bekerja. Dari sudut pandang iman Kristen, kerja adalah suatu berkat dari Allah.[1] Allah memberikan setiap umat-Nya masing-masing talenta untuk kemudian dikembangkan. Kerja merupakan anugerah dari Allah, melalui pekerjaan Allah memelihara umat-Nya. Tidak ada larangan dalam bekerja, di mana saja dan kapan saja asalkan itu tidak melanggar etika atau ketetapan dari-Nya.[2] Etika bisnis yang baik dan benar menurut ajaran Kristen dimulai dari visi dan misi bisnis. Kalau visi dan misi hanya berfokus mencari laba yang sebesar-besarnya, bertumbuh setinggih-tinggihnya, maka cukup mudah untuk memperkirakan, aktivitas bisnis tersebut tidak akan peduli terhadap lingkungan, cara bersaing dan memperlakukan pembeli.[3]

2. Kajian Teori

2.1 Pasar Tradisional

Setiap manusia yang hidup di dunia mengetahui dan mengenal istilah pasar tradisional. Tanpa terkecuali baik di kota maupun di desa, istilah pasar tradisional bukan hal yang asing didengar. Salah satu alasan adanya pasar tradisional berkaitan dengan hidup manusia. Hal tersebut dijelaskan oleh Malano dalam tulisannya bahwa, sejarah pasar tradisional pertama kali terbentuk karena adanya kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan hidup inilah yang secara tidak

[1] Verkuyl. J, *Etika Kristen Sosial Ekonomi* (Jakarta: BPKGM, 1993), 30.

[2] Jansen Sinamo dan Siadari, Eben Ezer, *Teologi Kerja Modern dan Etos Kerja Kristiani*, (Bandung: Bina Media Informasi, 2012), 122-123.

[3] Bertens Kees, *Etika Bisnis Kristen* (Jakarta: Unit Publikasi dan informasi/UPI), 2006, 4.

langsung membuat banyak orang melakukan transaksi tukar-menukar barang yang dimiliki. Misalnya seperti petani dan nelayan, petani akan menukarkan hasil pertaniannya pada nelayan, jika petani tersebut ingin mendapatkan ikan, dan begitupun sebaliknya. Transaksi tersebut dilakukan di mana saja, kapan saja oleh siapa saja. Seiring dengan berkembangnya zaman, diputuskanlah untuk membentuk tempat di mana transaksi tukar-menukar barang itu akan dilakukan, sekarang ini kita kenal sebagai pasar tradisional.[4]

Hal demikian pun diungkapkan oleh Toni dalam tulisannya. Menurut Toni, pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelolah oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar. Pasar Tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan. [5]

2.2 Pasar Modern

Zaman semakin berkembang dan menjadikan semuanya serba modern. Perkembangan modernisasi pun terjadi terhadap pasar tradisional. Dian Sukma dalam tulisannya menjelaskan, perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Saat ini pasar dibedakan menjadi dua yaitu, pasar tradisional dan pasar modern. Akan tetapi, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisional.[6]

Kalau dahulu perkembangan pasar tradisional hanya dilihat dari sistem pembayarannya saja yang mulai berkembang ketika hadirnya uang orang tidak lagi melakukan transaksi tukar menukar (barter), maka sekarang peran dan fungsi pasar tradisional, terancam dengan hadirnya pasar modern. Karena layaknya pasar tradisional, pasar modern juga menyediakan berbagai macam kebutuhan hidup manusia.

Pasar modern tentu saja hadir dengan keunikannya tersendiri yang tidak sama dengan pasar tradisional. Transaksi jual beli yang terjadi di pasar modern dilakukan secara langsung baik dalam bentuk grosir atau pun dalam bentuk eceran. Proses pembayaran langsung sesuai dengan harga yang tentukan oleh penjual tanpa ada kegiatan tawar-menawar.

Bahkan sekarang ini, karena pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

---

[4] Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 1.

[5] Agus Toni, "*Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern Di Era Modernisasi*,"*Jurnal Studi Agama,* Vol. 1, Nomor 2 (2013), 161.

[6] Dian Dewi Sukma, "*Damak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional*," 1.

(IPTEK) pasar *online* (*marketplace*) mulai bermunculan. Berdasarkan informasi dari Sarwandi, awal terbentuknya *Marketplace* (pasar *onlin*e) bermula sejak dihubungkannya televisi berwarna dengan komputer oleh Michael Aldrich dari *Redifon Computers*. Temuan atau ide ini ia temukan sekitar tahun 1979 kemudian dilanjutkan tahun 1980. Awal mulanya temuan ini digunakan untuk dapat memproses transaksi secara tepat waktu melalui kabel telepon, namun kemudian berkembang luas ke berbagai penjuru dunia di Inggris sampai Prancis.[7]

Sarwandi pun melanjutkan, sejarah awal terbentuknya *Marketplace* (pasar *online*) juga bermula sejak salah seorang yang bernama Pierre Omidyar membuat halaman web *Ebay*, tahun 1195. Halaman tersebut digunakan untuk melakukan transaksi belanja *online* dengan jangkauan yang luas, semua orang yang ada di seluruh dunia dapat melakukan transaksi jual beli entah itu sebagai jasa maupun berupa barang. Penemuannya untuk mempermudah transaksi *online* antaran pebisnis dan konsumen, atau antara sesama pebisnis.[8]

Pada pihak lain, Hamado menjelaskan bahwa, pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan tingginya pertumbuhan pasar-pasar modern termasuk pasar *online* telah membawa dampak yang buruk terhadap eksistensi pasar-pasar tradisional di Indonesia yang sudah lama menjadi roda perekonomian rakyat. Menurutnya, berdasarkan data dari Ikatan Pedagang Indonesia (2012) menyebutkan bahwa jumlah pasar tradisional menurun drastis dari 13.540 menjadi 9.950 pasar dalam waktu empat tahun (2007- 2011).[9]

2.3 Etika Bisnis Kristen

Bambang dalam mengutip J. Douma menyatakan bahwa "kata etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang artinya adalah kebiasaan, adat istiadat dan kesusilaan. Kemudian Malik menjelaskan mengenai etika menurut pandangan Marx, bahwa etika adalah ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang membentuk tingkah laku."[10]

Bambang kemudian mengutip Chandra menjelaskan apa yang dimaksud dengan bisnis, "bisnis adalah usaha pertukaran produk atau jasa dalam rangka pencapaian nilai tambah."[11]

Pada pihak lain, Latupeirissa dalam tulisannya mengenai bisnis, ia menyebutkan bahwa bisnis merupakan hubungan antar manusia yang saling "membutuhkan", pada posisi yang berbeda seperti seorang penjual dan pembeli. Dengan adanya kegiatan bisnis maka kebutuhannya saling terpenuhi.[12]

---

[7] Sarwandi, *Toko Online Modern dengan Opencart* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), 2.

[8] Ibid., 4

[9] Ahmad Hamado, "Eksistensi Pasar Barter di Tengah Pesatnya Perkembangan Pasar Modern," *Jurnal Geografi Ekonomi*, 2019, 3.

[10] Malik Bambang, "Perspektif Teologis Terhadap Etika Bisnis Kristen," 2.

[11] Ibid., 2.

[12] Jacky Latupeirissa, "Etika Bisnis Ditinjau Dari Perspektif Alkitab," *Jurnal Teologi dan Pendidikan*

Selanjutnya, Latupeirissa dalam tulisannya pun menyebutkan bahwa, bisnis adalah dunia tersendiri yang terlepas dari nilai-nilai dan norma-norma kecuali peraturan yang berlaku saat itu. Menurutnya dalam keyakinan yang takut akan Tuhan, berbisnis dimaksudkan untuk mengasihi sesama manusia. Artinya, mengasihi pekerjaan mengasihi rekan kerjanya, dan mengasihi konsumen atau pelanggannya. Bagian Alkitab yang menjadi dasar interprestasi teologis dari bisnis Kristen, yaitu: kegiatan bisnis untuk memenuhi mandat ilahi menguasahi dan melestarikan ciptaan (Kej. 1:26-28; 2:5,15), kegiatan bisnis sebagai aktivitas kerja dan pelayanan (Kek. 3:17-19; 2 Tes. 3:10), kegiatan bisnis digunakan untuk memuliakan Tuhan (Maz. 150; Rm. 11:36), menjadi garam dan terang dipilar bisnis dan ekonomi (Mat. 5:13-14), usaha atau bisnis adalah suatu alat bukan tujuan.[13]

3. Metode

Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Pada penelitian ini pun, penulis menggunakan pendekatan analisis Wacana bertujuan untuk mengetahui adanya pola-pola atau tatanan yang diekspresikan oleh suatu teks, interprestasi satu unit kebahasaan dapat diketahui secara jelas, termasuk pesan yang ingin disampaikan, mengapa harus disampaikan, dan bagaimana pesan disampaikan.[14]

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Sejarah singkat pasar Tradisional Siwagilemba Tentena

Pasar merupakan pusat perbelanjaan yang hadir di masing-masing wilayah yang sudah ditentukan oleh Pemerintah. Pasar juga berfungsi sebagai sumber ekonomi bagi masyarakat. Selain itu di pasar juga terjadi interaksi yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Interaksi yang saling menguntungkan tersebut tidak lain untuk memenuhi kebutuhan hidup antar keduanya. Penjual mendapatkan keuntungan (uang) dari hasil jualannya kepada pembeli, demikian pula pembeli mendapatkan apa yang ia butuhkan, misalnya berupa pakaian, makanan, perlengkapan rumah tangga, atau yang lainnya. Itu adalah kenyataan hidup yang terjadi di seputaran pasar.

Pasar tradisional Siwagilemba Tentena pun, ada di tengah-tengah masyarakat Tentena untuk maksud dan fungsi seperti yang telah penulis sebutkan di atas. Selain alasan tersebut di

Agama Kristen, Vol. 15, Nomor 1 (2019), 9.

[13] Ibid., 8.

[14] Rohana dan Syamsuddin, *Analisis Wacana* (CV. Samudera alif-MIM), 10-11.

atas, pemerintah mengusahakan pembuatan pasar untuk mengurangi angka pengangguran yang ada. Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena pun merupakan salah satu sumber pendapatan Daerah Kabupaten Poso.

4.2 Situasi Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena 5 tahun terakhir

Berdasarkan data yang telah penulis kumpulkan di lapangan juga melalui tahap observasi dan juga wawancara situasi pasar tradisional Siwagilemba Tentena adalah sebagai berikut,

Pasar tradisional Siwagilemba Tentena, 5 tahun terakhir ini terbilang sepi pengunjung dan hanya akan ramai ketika ada perayaan keagamaan dan acara syukur tahunan, seperti padungku.[15]

Hal ini terjadi dikarenakan ada beberapa hal,

a) Modernisasi yang terus terjadi terhadap pasar.

Munculnya pasar-pasar modern, membuat pasar tradisional Siwagilemba Tentena kurang diminati lagi. Perlahan-lahan pasar-pasar modern seperti minimarket, alfamidi, dan *marketplace facebook* mulai mematikan fungsi pasar tradisional yang ada. Akibat modernisasi yang terus terjadi terhadap pasar, banyak pedagang yang meninggalkan pasar dan memilih untuk membuat tempat jualan di luar pasar. Hal ini dilakukan karena kenyataan yang terjadi di pasar akhir-akhir ini sangat mengkhawatirkan.[16]

b) Bayaknya pedagang liar di luar pasar.

Pedagang liar yang dimaksud disini adalah para pedagang yang berdagang di luar pasar. Mereka juga menyediakan apa yang tersedia di pasar, seperti sembako, makanan siap saji, daging, buah, dan sudah banyak toko-toko pakaian. Hal ini yang membuat banyak pembeli tidak lagi aktif berbelanja di pasar tradisional Siwagilemba Tentena.[17]

c) Pandemi Covid-19

Virus mematikan yang terjadi sejak awal tahun 2020 dan menggemparkan sejumlah negara termasuk Indonesia, membatasi ruang gerak masyarakat yang ada. Hal ini mengakibatkan banyaknya pembeli memilih untuk memesan segala macam kebutuhan setiap harinya melalui media sosial.[18]

Salah satu bukti bahwa pasar tradisional Siwagilemba Tentena 5 tahun terakhir sepi pengunjung berdasarkan data Potensi Penerimaan PAD Dinas Koperasi, UMKM, dan

[15] Desreiz Ladjamba, SE, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[16] Ibid.
[17] Albert Pangai,SE.M,AP. Kepala Dinas PERINDA KOP, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 12 Agustus 2021.
[18] Albert Pangai, SE, M. AP, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 12 Agustus 2021.

Perdagangan Kabupaten Poso dari tahun 2016 – 2020, sebagai berikut.[19]

Tabel 2

No	Tahun	Jumlah Petak (Unit)	Target Potensi Pad/Tahun	Realisasi Anggaran
1	2016	345	Rp. 120.745.000	Rp.112.836.883
2	2017	345	Rp. 130.923.000	Rp.120.275.173
3	2018	345	Rp.256 .573.000	Rp.132.547.298
4	2019	345	Rp. 347.924.000	Rp.145.945.193
5	2020	345	Rp. 406.686.000	Rp.152.168.168

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dapat dilihat data realisasi anggaran selama 5 tahun terakhir, tidak dapat mencapai target. Realisasi anggaran pertahun memang terus meningkat sesuai dengan permintaan pungutan pajak kepada para pedagang, tetapi tetap saja tidak mencapai target yang telah ditentukan oleh Dinas Koperasi per tahunnya.[20]

Meski demikian, sebagian besar pedagang memilih untuk tetap bertahan di pasar. Alasannya karena, mereka sudah lama berdagang di pasar. Bahkan ketika pasar tradisional Siwagilemba Tentena masih berada di tengah-tengah kota Tentena, lebih tepatnya di samping jembatan Pamona. Alasan lain memilih bertahan karena tidak ada lokasi lain untuk dijadikan tempat untuk berdagang. Bahkan ada beberapa yang berasal dari luar kota Tentena, merasa kesulitan jika harus membangun tempat usaha mereka di tempat yang lain. Karena harus membuat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan harus membeli tanah lagi.[21]

4.3 Analisis Wacana

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap pemerintah dan pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentena, ada beberapa poin penting yang penulis dapatkan yaitu:

a. Pasar sebagai sumber pendapatan

Pasar tradisional Siwagilemba Tentena merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat baik yang ada di sekitar kota Tentena maupun yang berasal dari kota lain seperti Makasar dan Toraja. Bukan hanya itu saja, pasar tradisional Siwagilemba Tentena juga

[19] Data Tertulis Potensi Penerimaan PAD Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kabupaten Poso, 2016-2020.
[20] Desreiz. Ladjamba, SE, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[21] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.

merupakan sumber pendapatan Daerah Kabupaten Poso.[22] Sebagian besar pedagang yang ada menggantungkan kehidupan perekonomian mereka di pasar tradisional Siwagilemba Tentena. Setiap hari para pedagang menyiapkan segala sesuatunya dan membuka kios mereka berjualan jam 07.00 WITA dan tutup jam 18.00 WITA.[23] Pendapatan yang mereka dapatkan di pasar tradisional Siwagilemba Tentena sebagian di olah untuk memutar modal, sebagian lagi untuk biaya mereka bertahan hidup dan menyekolahkan anak-anak mereka.[24]

Kegiatan jual beli di pasar tradisional Tentena, sudah berlangsung sejak (-+) 20 tahun berjalan. Banyak suka duka yang telah dilewati oleh para pedagang yang ada. Apalagi pada beberapa tahun yang lalu, pasar tradisional mengalami musibah adanya aksi pengeboman yang mengakibatkan beberapa fasilitas yang ada di pasar rusak. Setelah peristiwa itu, pasar tradisional kembali beroperasi, dan pemerintah berupaya membangun kembali tempat yang baru dan memperluas tempat untuk berdagang.[25]

b. Pasar sebagai pusat relasi antar suku dan agama.

Pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentena, datang dari berbagai latar belakang suku dan agama, diantaranya suku Pamona, suku Toraja, dan Bugis. Persaingan tentu terjadi, tetapi tidak sampai menjatuhkan pedagang lain.[26]

c. Pasar sebagai tempat tersedianya berbagai macam kebutuhan hidup manusia

Para pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentenapun menyediakan berbagai macam jualan, seperti; sembako, perlengkapan rumah tangga, alat-alat bangunan, aksesoris, pakaian, makanan jadi dan masih banyak lainnya. Sebagaian besar pedagang mendapatkan barang dagangannya dari hasil pembelian dari tangan pertama (dola).[27] Seperti pedagang sembako (sembilan bahan pokok) termasuk di dalamnya beras, gula pasir, sayur-sayuran, buah-buahan, daging dan ikan, minyak goreng dan mentega, susu, telur, minyak tanah, dan juga gas, memperoleh bahan-bahan tersebut dari tangan pertama.[28] Bagi para pedagang yang berdagang makanan yang siap saji, merupakan produksi mereka sendiri.

d. Modernisasi Pasar

Perkembangan dunia yang semakin modern dan serba instan sekarang ini menjadikan posisi pasar tradisional Siwagilemba Tentena terancam. Beberapa tahun terakhir, pasar tradisional Siwagilemba Tentena mulai sepi pengunjung. Hanya akan ramai ketika ada

[22] Desreiz Ladjamba, SE, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[23] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 7 Agustus 2021.
[24] Ibid.
[25] Desreiz Ladjamba, SE, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[26] Bibit Sudin, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[27] Udin Azis, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 12 Agustus 2021.
[28] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 7 Agustus 2021.

perayaan seperti syukur tahunan dan perayaan keagamaan seperti Natal dan Idul Fitri.[29]

Kehadiran pasar *online* sangat memberi dampak bagi para pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentena, ditambah dengan sudah banyak nya pedagang liar yang ada di luar pasar tradisional Siwagilemba Tentena.[30]

Para pedagang dan pemerintah yang ada, terus berusaha mencari jalan keluar agar supaya tidak terdapat kerugian yang terlalu tinggi. Mulai dari mengurangi barang orderan (dalam bahasa poso "dola") dari tangan pertama, memilih barang-barang yang tidak mudah rusak, mencari *supplier* yang mau menanggung kerugian jika sewaktu-waktu barang orderan tidak laku terjual dan sudah habis masa berlaku (*expired*).[31] Tidak hanya sampai di situ, berbagai upaya juga dilakukan oleh pemerintah yang ada, mulai dari mensosialisasikan bagaimana cara untuk mengemas barang jualan agar dapat menarik minat pembeli, dan sedang mengusahakan agar para pedagang liar yang ada di luar pasar tradisional Siwagilemba Tentena masuk berdagang di dalam pasar.[32]

Banyak pedagang memilih untuk tetap berdagang di pasar, karena alasan tidak punya tempat lain untuk berdagang, dan akan kesulitan untuk membuat surat Izin usaha jika membuka tempat dagang di tempat yang baru. Sebagian bertahan, dengan alasan sudah lama berdagang di pasar. [33]

Dari masalah yang saat ini dihadapi oleh pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentena, banyak harapan-harapan bagi pemerintah yang ada, terutama memperhatikan jumlah pungutan pajak dengan kondisi pembeli yang ada, dan juga harapan agar supaya pemerintah secepatnya mengamankan para pedagang liar yang ada di luar pasar tradisional Siwagilemba Tentena. Karena hanya itu yang dapat dilakukan, dunia yang serba modern ini tidak akan dapat dihalangi, perkembangan akan terus terjadi. Pasar *online* akan semakin banyak digemari oleh masyarakat, apalagi di tengah-tengah kondisi pandemi *Covid-19* yang belum diketahui kapan akan berakhir.[34]

4.4 Pasar Modern (Pasar *online*)

Kehadiran teknologi informasi melalui jaringan internet memberikan berbagai macam kemudahan, jangkauan yang sangat luas, tanpa batas ruang dan waktu. Dunia maya terbentuk seiring dengan berkembangnya teknologi internet, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis

[29] Desreiz Ladjamba, SE, wawancara oleh Mitha Tangkawata 10 Agustus 2021.
[30] Ibid.
[31] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 7 Agustus 2021.
[32] Albert Pangai, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 12 Agustus 2021.
[33] Bibit Sudin, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[34] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 07 Agustus 2021.

dan pemasaran. Sekarang sudah banyak orang memanfaatkan internet sebagai media perdagangan, salah satunya di kota Tentena. Media masa yang sering digunakan para pedagang yang ada di sekitaran Tentena adalah *facebook*. *Facebook* menjadi pilihan yang sangat mudah untuk berdagang.

1. Keunggulan Pasar *online* bagi Pedagang dan Pembeli

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas, penulis melakukan wawancara kepada beberapa pedagang yang menggunakan media sosial untuk berdagang. Keunggulan pasar *online* bagi pedagang.

a. Bebas dari pungutan pajak.[35]
b. Tidak harus menyetok dagangan berlebihan.[36]
c. Mendapatkan keuntungan yang besar.[37]
d. Jangkauan perdagangan luas.[38]
e. Jualan tidak perlu dijaga berjam-jam, cukup mengambil gambarnya saja, lalu mengunggahnya di media sosial, tinggal menunggu komentar dari pembeli.[39]
f. Biaya ongkos kurir ditanggung oleh pembeli.[40]
g. Bisa mengerjakan pekerjaan lain baik di dalam dan di luar rumah.[41]
h. Tidak perlu membuat toko, kios ataupun warung.[42]
i. Bisa dikerjakan oleh siapa saja, termasuk ibu rumah tangga, pegawai, anak sekolah dan anak kuliahan.[43]

Bukan hanya itu saja, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa masyarakat yang ada di seputaran kota Tentena yang sering berbelanja *online*. Dari hasil wawancara sebagian berpendapat bahwa berbelanja *online* memberikan banyak kemudahan, antara lain:[44]

1) Tidak perlu lagi ke pasar jika ingin membeli sesuatu. Cukup membuka media sosial, lalu memesan, dan tinggal menunggu pesanan tiba.
2) Banyak pilihan, sehingga tidak perlu berlama-lama mencari sesuatu di pasar tradisional.
3) Tidak perlu mengurangi bahan bakar kendaraan untuk pergi ke pasar.

[35] O. Moyambo (pedagang *online shop*), wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[36] Ibid.
[37] Dey Mayusa (pedagang *online shop*), wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[38] Ibid.
[39] Ibid.
[40] O. Moyambo (pedagang *online shop*), wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[41] Ibid.
[42] Dey Mayusa (pedagang *online shop*), wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[43] Imel Tindaka (pembeli), wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.

4) Dapat memesan makanan yang siap saji hanya menggunakan media sosial.

4.5 Etika Bisnis Kristen

Dalam dunia perdagangan atau perbisnisan, para pedagang dituntut dapat mengetahui dan mengerti bagaimana cara berbisnis yang baik dan benar. Cara tersebut diatur oleh Etika Bisnis Kristen. Sehingga pedagang akan mengetahui langkah-langkah yang harus mereka lakukan, agar supaya bisnis atau usaha mereka dapat berjalan lancar dan berhasil.

Ketika penulis melakukan wawancara dengan beberapa anggota pedagang pasar tradisional Siwagilemba Tentena dan pedagang pasar *online*, penulis mencari informasi sampai dimana para pedagang memahami arti atau makna Etika Bisnis Kristen dalam kehidupan perdagangan. Sehingga dari hasil wawancara tersebut, diperoleh data sebagai berikut:

1) Etika Bisnis Kristen Dalam Pandangan Pedagang Pasar Tradisional Siwagilemba Tentena.

- Apa yang bapak/ibu ketahui mengenai ‘etika bisnis Kristen’?
  1) Etika bisnis Kristen, dapat diartikan sebagai suatu tata cara yang mengatur pebisnis untuk memulai usaha bisnisnya dengan benar.[44]
  2) Etika bisnis yaitu pedoman bagi semua pedagang, agar supaya usaha yang dibentuk dapat berkembang dengan baik.[45]
  3) Etika bisnis yang akan mengontrol perilaku antar pedagang ke pembeli dan pembeli ke pedagang ketika melakukan transaksi.[46]
- Bagaimana seharusnya sikap pedagang yang memahami dan telah mengerti etika bisnis Kristen?
  1) Harus Jujur, dalam artian segala sesuatunya dilakukan dengan benar. Misalnya, memberi harga suatu barang atau mengukur berat suatu barang harus sesuai sebagaimana mestinya.[47]
  2) Harus sopan. Maksudnya, ketika berbicara dengan pembeli sebaiknya pedagang berlaku sopan, karena pembeli adalah raja.[48]
  3) Menggunakan tutur bahasa yang baik.[49]

2) Etika Bisnis Kristen Dalam Pandangan Pedagang Pasar *Online*.

- Apa yang bapak/ibu ketahui tentang etika bisnis Kristen?

[44] Bapak Hobi dan Ibu Leni, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 11 Agustus 2021.
[45] Mama Sheren, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 11 Agustus 2021.
[46] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.
[47] Bapak Hobi dan Ibu Leni, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 11 Agustus 2021.
[48] Mama Sheren, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 11 Agustus 2021.
[49] Oma Surya, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 10 Agustus 2021.

1) Etika bisnis Kristen adalah sesuatu yang sangat diperlukan untuk menjaga perilaku antar kedua bela pihak, baik penjual terhadap konsumen dan konsumen terhadap penjual.[50]
2) Pedagang yang mengerti etika bisnis Kristen akan melayani pembeli dengan baik. Selanjutnya pembeli yang beretika akan mengetahui sampai mana batasan mereka untuk bertanya, maksudnya tidak perlu bertanya dari mana penjual memperoleh barang dagangannya, mereka cukup bertanya yang sewajarnya saja.[51]

- Bagaimana seharusnya sikap pedagang yang memahami dan telah mengerti etika bisnis Kristen?
  1) Harus jujur, bersikap sopan baik kepada sesama pedagang bahkan terhadap pembeli.[52]
  2) Menjawab *chatting* dari pembeli dengan kata-kata yang baik, dan ketika pembeli banyak memberi pertanyaan layani dengan tenang dan sabar.[53]

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikaji dalam tulisan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar *online faccebook* memberi pengaruh yang sangat besar bagi pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional Siwagilemba Tentena. Hal demikian juga dapat dibuktikan dengan data tertulis anggaran pendapatan PAD Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kabupaten Poso sejak 5 tahun terakhir, terhitung mulai tahun 2016-2020. Anggaran pendapatan yang ada setiap tahunnya tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh sepinya pasar tradisional Siwagilemba Tentena, karena adanya pandemic Covid-19 yang belum diketahui sampai kapan akan berakhir. Untuk alasan ini pula, masyarakat yang ada diseputaran kota Tentena sekarang ini lebih senang untuk berbelanja *online*. Seperti yang telah penulis jelaskan, bahwa pasar tradisional Siwagilemba Tentena hanya akan ramai ketika ada perayaan besar, seperti perayaan keagamaan dan pengucapan syukur padungku.

[50] Dey Mayusa, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021
[51] O. Moyambo, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[52] Dey Mayusa, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.
[53] O. Moyambo, wawancara oleh Mitha Tangkawata, 30 Agustus 2021.

Daftar Pustaka

Bambang, Malik, Perspektif Teologis Terhadap Etika Bisnis Kristen, *Jurnal Luxnos* Vol.5 No.2, 2019.

Bertens K, *Pengantar Etika Bisnis*, Yokyakarta: Kanisius, 2009.

Hamado Ahmat, Eksistensi Pasar Barter di Tengah Pesatnya Perkembangan Pasar Modern, *Jurnal Geografi Ekonomi*, 2019.

J. Verkuyl, *Etika Bisnis Sosial Ekonomi*, Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia, 1993.

Molana Herman, *Selamatkan Pasar Tradisional,* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Rohana dan Syamsuddin, *Analisis Wacana*, CV. Samudera Alif-MIM.

Sarwandi, *Tokoh Online Modern dengan Opencart*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016.

Sinamo Jansen dan Sidari Eben Ezer *Teologi Kerja Modern dan Etos Kerja Kristiani*, Bandung: Bina Media Informasi, 2012.

Sukma, Dian Dewi, Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional, *Jurnal IAIN Metro*, 2020.

Toni Agus, Eksistensi Pasar Tradisional dalam Menghadapi Pasar Modern di Era Modernisasi, *Jurnal Studi Agama*, Vol.1 No.2, 2013.