

**SKRIPSI**

**PERSAINGAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI  
PASAR INDRALAYA, OGAN ILIR**



**KAMARUDIN  
07021281924030**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

# **SKRIPSI**

## **PERSAINGAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI PASAR INDRALAYA, OGAN ILIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



**KAMARUDIN  
07021281924030**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“RESILIENSI PEDAGANG KONVENSIONAL DAN  
PEDAGANG NON KONVENSIONAL DI PASAR INDRALAYA,  
OGAN ILIR”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Sosiologi**

Oleh :

**KAMARUDIN  
07021281924030**

Pembimbing I

1. Yulasteriyani, S.Sos, M.Sos  
NIP. 199206062019032025

Tanda Tangan



Tanggal

09-06-2023

Mengetahui.  
Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si  
NIP.1980021120031220

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“PERSAINGAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI PASAR  
INDRALAYA, OGAN ILIR”**

Skripsi

**KAMARUDIN  
07021281924030**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 13 Juli 2023**

Pembimbing :  
Tangan

1. Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos  
NIP. 199206062019032025

-

Tanda



Penguji :  
Tangan

1. Muhammad Izzudin, S.Si., M.Sc  
NIP. 198806222019031011

-

2. Randi, S.Sos., M.Sos  
NIP. 199106172019031000

-

Tanda



Mengetahui,



Ketua Jurusan Sosiologi,



**Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si**  
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, TEKNOLOGI DAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662  
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kamarudin

NIM : 07021281924030

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul "Resiliensi Pedagang Konvensional dan Pedagang Non Konvensional di Pasar Indralaya Ogan Ilir" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Juli 2023 Yang  
buat pernyataan,

MARUDIN

NIM. 07021281924030

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Di mana ada kemauan di situ ada jalan. Di mana ada usaha pasti akan ada hasil.  
Terus berjuang sampai akhir, jangan mudah menyerah.”

Dengan mengharapkan ridho Allah SWT skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu Tercinta
2. Keluarga Besar
3. Dosen pembimbing skripsi yaitu Ibu Yulasteriyani, S.Sos, M.Sos
4. Seluruh rekan seperjuangan di kampus
5. Universitas Sriwijaya dan Almamater Tercinta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Bijaksana, Maha Suci Allah dengan semua anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERSAINGAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI PASAR INDRALAYA, OGAN ILIR”** ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana S-1 di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selain itu, penyusunan skripsi ini juga merupakan langkah awal untuk memulai pembelajaran baru setelah melalui tahap proses pembelajaran selama di Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya pihak-pihak yang mendukung dan membantu kelancaran penyusunannya, sehingga dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang ditujukan kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE** selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Rektorat lainnya.
2. **Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
3. **Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si** selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. **Ibu Gita Isyanawulan, MA** selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. **Bapak Abdul Kholek S.Sos., MA** selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan nasihat, saran, dan arahan serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya.
6. **Ibu Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan untuk penulis dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.

7. **Seluruh Dosen dan Staff** di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, bantuan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya
8. Mba **Yuni Yunita, S.Sos** selaku Admin Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu penulis terkait administrasi jurusan
9. Kedua orang tua, Bapak **Edi Eryanto** dan Ibu **Salwiyah** atas segala do'a yang selalu dipanjatkan, kasih sayang yang berlimpah, serta dukungan yang tidak ada hentinya.
10. **Bayu Saputra** dan **Dina Hosazarita** sebagai saudara yang terus memberi do'a serta dukungan kepada penulis.
11. Bapak **Camat** Kecamatan Kabupaten Ogan Ilir serta jajarannya yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam melakukan kegiatan penelitian skripsi ini.
12. Bapak **Kepala Dinas Perdagangan Ogan Ilir** beserta jajarannya yang telah membantu memberikan informasi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
13. **Seluruh informan** yang bersangkutan dalam penelitian ini, karena telah bersedia menceritakan pengalamannya saat wawancara sehingga penulis bisa mendapatkan data yang dibutuhkan selama penelitian.
14. Kepada **Kak Millennia, Nanda**, dan **Ummul Fahmi Nurlaila** yang telah memberikan semangat, dukungan, serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Indralaya, Juli 2023

Penulis



## RINGKASAN

### PERSAINGAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI PASAR INDRALAYA, OGAN ILIR

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persaingan antara pedagang konvensional di pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Persaingan ini terjadi disebabkan karena para pedagang berkompetisi untuk menarik perhatian pembeli sehingga dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan adanya persaingan antara pedagang konvensional ini menyebabkan rusaknya harga pasaran baik secara langsung ataupun tidak langsung dan juga penurunan minat pembeli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan munculnya persaingan antara sesama pedagang konvensional di pasar Indralaya serta bagaimana kondisi persaingan yang terjadi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan strategi penelitian fenomenologi. Pengambilan data dilakukan melalui proses wawancara terhadap 7 informan, dokumentasi serta studi kepustakaan kemudian di analisis menggunakan teori modal sosial yang dikemukakan oleh Robert Putnam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 8 faktor yang menyebabkan munculnya persaingan pedagang konvensional di pasar Indralaya, Ogan Ilir yaitu: (1) persaingan harga jual; (2) permintaan konsumen yang berubah-ubah; (3) loyalitas pelanggan; (4) komunikasi internal; (5) pengaruh era digital; (6) sasaran penjualan; (7) pengaruh perkembangan teknologi; dan (8) kecepatan layanan. Kemudian persaingan yang terjadi merupakan persaingan sehat dikarenakan para pedagang ataupun pembeli kebanyakan penduduk asli Kabupaten Ogan Ilir yang masih menjunjung tinggi nilai kekeluargaan.

**Kata kunci : Persaingan, Pedagang Konvensional, Kekeluarga**

Indralaya, Juli 2023

Mengetahui,

**Dosen Pembimbing**



**Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos**

NIP. 199206062019032025

**Ketua Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Universitas Sriwijaya**



**Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si**

NIP. 198002112003122003

## **SUMMARY**

### **COMPETITION OF CONVENTIONAL TRADERS IN THE INDRALAYA MARKET, OGAN ILIR**

*This study indicates that the Indralaya market in Ogan Ilir Regency is experiencing competition between conventional traders, which can lead to competition between conventional traders. Traders compete to attract buyers' attention and increase profits by attracting buyers. Competition between traditional traders causes damage to market prices, directly or indirectly, and also diminishes buyers' interest. The purpose of this study was to find out what factors led to the emergence of competition among conventional traders in the Indralaya market and how the conditions of competition occurred. Descriptive qualitative research with a phenomenological research strategy is utilized as the research method. The data were collected through interviews with seven informants, papers and literature studies, and analyzed using the social capital theory advanced by Robert Putnam. The results of this study indicate that there are 8 factors that cause competition for conventional traders in Indralaya Market, Ogan Ilir, namely: (1) selling price competition; (2) changing consumer demand; (3) customer loyalty; (4) internal communication; (5) the influence of the digital era; (6) sales target; (7) the influence of technological developments; and (8) service speed. So the competition that happens is healthy competition because traders or buyers are mostly native to Ogan Ilir Regency who still defend family values.*

**Keywords: Competition, Conventional Traders, Families**

*Indralaya, July 2023*

*Certify,*

*Advisor*

**Yulasteriyani, S. Sos., M.Sos**  
NIP. 199206062019032025

***Head of Sociology Department  
Faculty of Social and Political Science  
Sriwijaya University***

*Diana*

**Dr. Diana Dewi Sartika, M. Si**  
NIP. 198002112003122003

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b><i>SUMMARY</i>.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Praktis.....	5
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kerangka Pemikiran.....	7
2.2.1 Definisi Persaingan.....	7
2.2.2 Faktor-faktor Persaingan Perdagangan.....	8
2.2.3 Sumber Ketahanan Pedagang Konvensional.....	10
2.2.4 Strategi Bertahan Pedagang Konvensional.....	11

2.2.5 Pedagang Konvensional .....	13
2.2.6 Teori Modal Sosial.....	14
2.2.7 Bagan Kerangka Pemikiran.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Lokasi Penelitian.....	18
3.3 Strategi Penelitian .....	19
3.4 Fokus Penelitian.....	19
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.6 Penentuan Informan .....	20
3.7 Peranan Peneliti .....	21
3.8 Unit Analisis Data.....	22
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	23
3.11 Teknik Analisis Data.....	25
3.12 Jadwal Penelitian .....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Ogan Ilir.....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Kabupaten Ogan Ilir .....	28
4.1.2 Letak dan Luas Wilayah Kabupaten Ogan Ilir .....	30
4.1.3 Jumlah Penduduk.....	31
4.1.4 Kondisi Iklim.....	31
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Indralaya.....	31
4.2.1 Letak Geografis Kecamatan Indralaya .....	32
4.2.2 Keadaan Demografi Kecamatan Indralaya.....	33
4.2.3 Pendidikan .....	33
4.2.4 Kesehatan.....	34
4.2.5 Pertanian dan Peternakan.....	34
4.2.6 Perdagangan.....	35

4.2.7 Teknologi.....	35
4.2.8 Agama.....	35
4.2.9 Sarana dan Prasarana .....	36
4.3 Gambaran Umum Pasar Indralaya.....	37
4.4 Gambaran Umum Informan.....	36
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Faktor Persaingan Pedagang Konvensional.....	40
5.1.1 Persaingan Harga Jual .....	41
5.1.2 Permintaan Konsumen Berubah-Ubah .....	42
5.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	44
5.1.4 Komunikasi Internal .....	45
5.1.5 Pengaruh Era Digital .....	47
5.1.6 Sasaran Penjualan.....	48
5.1.7 Pengaruh Perkembangan Teknologi.....	49
5.1.8 Kecepatan Layanan.....	51
5.2 Persaingan Pedagang Konvensional.....	52
5.3 Analisis Teori Modal Sosial.....	53
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
6.1 Kesimpulan .....	58
6.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	6
Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	16
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	19
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian Dalam Tahun 2022-2023 .....	27

## DAFTAR BAGAN

Halaman

<b>Bagan 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	17
---	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Digitilisasi merupakan era yang membuat semua hal menjadi lebih praktis dan cepat. Ruang dan waktu bukanlah halangan bagi setiap orang untuk saling berkomunikasi dan melakukan aktivitas kesehariannya. Semakin canggihnya perkembangan teknologi semakin memudahkan dari sisi pendidikan, ekonomi, sosial umat manusia. Berkembangnya internet tidak hanya memudahkan dari segi bertukar informasi dan komunikasi namun juga memudahkan dalam segi melakukan aktivitas transaksi. Setiap tahunnya pengguna internet semakin meningkat hal ini menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan yang digunakan dalam keseharian setiap individu di era digital (Rohimah 2018).

Penggunaan media sosial tidak terbatas pada mencari informasi dan berkomunikasi, namun juga bisa dijadikan tempat untuk mencari pundi-pundi rupiah dengan berjualan secara daring. Persaingan dalam berdagang sudah memasuki era digital yang artinya pemanfaatan media sosial dari sisi ekonomi tanpa adanya sekat ruang dan waktu yang membatasi menjadi langkah adaptif yang harus dilakukan karena semakin kompleksnya persaingan perdagangan bahkan secara global. Bentuk dari adanya pemanfaatan internet sebagai sarana untuk berdagang ialah dengan berkembangnya *e-commerce* (perdagangan elektronik). *E-Commerce* menjadi wadah dan menambah tingkat persaingan penjualan bagi para penjual konvensional di era gempuran era modernisasi. Hal ini menjadikan pedagang konvensional harus mempertimbangan strategi dan langkah adaptif agar mampu bersaing dengan semakin menjamurnya pedagang yang berjualan secara daring di *e-commerce*. Pada sistem konvensional jual beli dilakukan secara langsung, tatap muka, keterlibatan langsung antara pembeli dan penjual dalam proses membeli barang atau jasa yang dibutuhkan (Qodri dan Tesniyadi 2022).

Pedagang non konvensional pada saat ini membuat para pedagang konvensional harus berpikir cara bertahan ditengah pedagang non konvensional



yang merajalela saat ini. Dengan berkembangnya pedagang non konvensional di Indralaya pada saat ini menyebabkan penurunan jumlah dan pendapatan pedagang konvensional di pasar Indralaya. Pada masa sekarang Indonesia masih menjadi negara yang memiliki masyarakat yang memiliki tingkat konsumtif yang tinggi. Adanya cara belanja yang dilakukan dengan daring menjadikan pedagang konvensional di Pasar Indralaya harus memiliki strategi agar tidak tergerus dari semakin pesatnya perkembangan teknologi dalam hal perdagangan. Menurut Sumartono (2002) yang menjadi dasar dari seseorang berperilaku konsumtif dikarenakan karena tidak lagi mempertimbangkan secara rasional namun sudah ada ditahap irasional. Identifikasi dari seseorang memiliki sifat konsumtif ialah membeli barang ataupun jasa diluar dari kebutuhannya. Sedangkan bagi Triyaningsih (2011), sifat konsumtif berdasarkan pertimbangan yang irasional dan cenderung mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan indikasinya dapat dilihat dari keinginan berlebihan pada barang mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan (Qodri dan Tesniyadi 2022).

Studi ilmiah yang dilakukan Mc Kinsey tahun 2017 (dalam Afifatur Rohimah 2018) semakin memperjelas bahwa di perdagangan di Indonesia berada pada masa alih dari konvensional ke era digital sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi yang sejahtera, diperkirakan ekonomi Indonesia akan tumbuh dengan capaian US\$ 150 miliar dolar pada tahun 2025, selain itu juga terdapat data bahwa akses internet sebanyak 73% dilakukan dengan memakai gawai. Pedagang konvensional di pasar Indralaya selama ini sudah menyatu dan merupakan wadah paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Namun, strategi yang digunakan oleh para pedagang konvensional di pasar Indralaya cenderung tetap dan tidak ada perubahan dari waktu ke waktu. Tidak seperti pedagang non konvensional yang memiliki banyak strategi berdagang dan cenderung berubah-ubah dari waktu ke waktu seperti adanya diskon akhir tahun, potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu. Hal ini yang membuat pedagang non konvensional mengalami banyak sekali perkembangan dibanding pedagang konvensional. Tidak semua pedagang konvensional di pasar Indralaya bisa melakukan berbagai macam strategi dagang seperti yang dilakukan oleh pedagang non konvensional, hal ini menyebabkan penurunan pendapatan para pedagang konvensional di pasar Indralaya.

Perlunya langkah adaptif sebagai strategi yang dapat dilakukan oleh para pedagang konvensional agar bisa bersaing dan bertahan hidup ditengah menjamurnya *e-commerce*. Salah satu tantangan yang harus dihadapi ialah cara agar produk tetap dapat dipasarkan dikarenakan sudah semakin banyak pemasaran yang dilakukan secara daring dengan memanfaatkan sosial media. Selain itu juga masyarakat yang lebih cenderung berbelanja secara daring daripada luring.

Persaingan perdagangan saat ini sangat ketat. Banyak pedagang yang saling bersaing untuk menjual produknya. Dalam menghadapi persaingan komersial yang semakin meningkat, perusahaan barang atau jasa yang membutuhkan strategi bertahan dalam kondisi seperti ini. Masalah yang sering dihadapi pedagang adalah proses pembiayaan atau modal awal. Namun, para pedagang konvensional perlu mengetahui bagaimana proses pembiayaan supaya tetap berjalan akurat dan tepat untuk meningkatkan profitabilitas produksi. Profitabilitas ini sendiri merupakan biaya yang saat ini tidak diperlukan. Hasil produksi tinggi dapat dicapai ketika perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi pula. Kebaikan biaya produksi dapat menyebabkan kenaikan harga barang. Kenaikan harga jual barang dapat menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Oleh karena itu, pedagang harus memperhitungkan harga jual pesaing supaya dapat menjangkau konsumen sehingga produksi perdagangan dapat bersaing.

Agar produk barang dan jasa dapat bersaing di pasar saat ini, perusahaan harus mampu menciptakan produk atau layanan berkualitas baik dengan harga lebih kurang dari atau sama dengan penawaran pesaing. Oleh karena itu perusahaan harus mengurangi biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Biasanya pedagang menetapkan harga tinggi karena metode produksi yang memakan biaya yang cukup tinggi. Secara tradisional, harga dihitung berdasarkan biaya produksi tertinggi untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan. Jika perusahaan tidak dapat mengendalikan biaya produksi atau modal, serta harga jual barang yang tinggi maka akan mendorong pelanggan untuk beralih ke produk diproduksi oleh pedagang lain. Para pedagang harus menggunakan metode dan strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan perdagangan.

Pasar Indralaya dipilih karena pasar Indralaya merupakan pasar terbesar di Indralaya. Kios di pasar Indralaya terdiri dari kios penjual yang menjual barang

perlengkapan perabotan rumah tangga, baju, emas, makanan, perlengkapan kecantikan, dan kuliner. Pedagang konvensional di Pasar Indralaya berjualan secara eceran dan grosiran. Lokasi pasar Indralaya yang berada di perlintasan jalan raya yang menghubungkan antar kota sehingga menjadi wilayah strategis. Adapun alasan penulis meneliti pedagang konvensional dan non konvensional yang berjualan di Indralaya, yang pertama karena menarik untuk diteliti dan belum banyak penelitian yang membahas terkait pedagang konvensional dan non konvensional. Selain itu alasan menjadi pedagang ialah sebagai rangka untuk terpenuhinya kebutuhan hidup yang kian hari kian banyak, walaupun penghasilan yang didapat tidak sebanyak pengeluaran dan kebutuhan hidup yang semakin kompleks.

Berdasarkan penjabaran dan fenomena maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam berkaitan dengan persaingan bertahan hidup para pedagang konvensional di Indralaya. Banyaknya perdagangan di Indralaya menjadikan peneliti perlu mengkaji lebih dalam berkaitan dengan kondisi yang dihadapi para pedagang dalam menghadapi tantangan yang muncul sehingga dapat bertahan. Maka dari itu untuk merealisasikan hal tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul “Persaingan pedagang konvensional di Pasar Indralaya, Ogan Ilir”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti fokus terhadap dua rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang menyebabkan munculnya persaingan para pedagang konvensional di pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir?
2. Bagaimana persaingan pedagang konvensional di pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk memahami bentuk persaingan pedagang konvensional di pasar Indralaya, Ogan Ilir.

2. Untuk memahami bagaimana keadaan persaingan para pedagang konvensional yang ada di pasar Indralaya, Ogan Ilir.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini memiliki sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan referensi akademik, khususnya pada Prodi Sosiologi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital dan Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan yang berguna bagi pedagang untuk meningkatkan penjualan.

##### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbangan bagi pemerintah daerah mengenai pengambilan kebijakan dan pengambilan keputusan tentang peraturan yang berhubungan dengan perekonomian serta perdagangan di Kabupaten Ogan Ilir
- b. Membuka pola pikir masyarakat sekitar agar lebih memperhatikan pedagang konvensional di Indralaya, Ogan Ilir

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdullah, Ma'ruf. (2013). *Wirausaha Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Assauri, Sofjan. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Basrowi. (2014). *Pengantar Sosiologi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Damsar., & Indrayani. (2012). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Field, John. (2010). *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Handoyo, Eko. (2012). Eksistensi Pedagang Kaki Lima Studi Tentang Kontribusi Modal Sosial Terhadap Eksistensi PKL di Semarang. Salatiga: Tisara Grafika.
- Kurniawan, Kevin Nobel. (2020). *Kisah Sosiologi Pemikiran Yang Mengubah Dunia dan Relasi Manusia*. Jakarta: yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Moleong, J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George., and Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Sa'id, Gumbira. (2003). *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta: Khoirul Bayaan.
- Salim., & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Setyoso, Thomas. A. (2013). *Bukan Arek Mbeling*. Yogyakarta: Indie Book Corner.
- Soekanto, Soerjono. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta : CAPS.
- Usman, Rachmadi. (2004). *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

**Sumber Jurnal:**

- Dewi, Hidayati, et al. 2022. “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.” *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya* 24(1): 39–56.
- Hutabarat, Marthin Rapael. 2009. “Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermaret Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing Di Kota Medan.” *Skripsi, Universitas Sumatera Utara*. [Http://Scholar.Google.Co.Id/Scholar?HlId&As\\_Sdt=0,5&Q=\(Wikipedia,+2007\).Pasar+Tradisional#8](http://Scholar.Google.Co.Id/Scholar?HlId&As_Sdt=0,5&Q=(Wikipedia,+2007).Pasar+Tradisional#8).
- Missasi, Vallahatullah, Dan Indah Dwi Cahya Izzati. 2019. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Resiliensi.” *Prosiding Seminar Nasional Magister Psikologi Universitas Ahmad Dahlan* (2009): 433–41.
- Ningrum, Yanuar Ratna, Dan Lu’luatul Usroh. 2018. “Resiliensi Pada Mahasiswa Kerja Shift.” *Proceeding National Conference Psikologi Umg 2018*: 141–51.
- Ode Nurcahyani Ajasma, Wa, Dan Andi Samsu Alam. “Pedagang Kios Dan Kapitalisme Strategi Pedagang Kios Menghadapi Perkembangan Minimarket Di Kecamatan Manggala Kota Makassar The Stallers And The Capitalism The Strategies Of The Stallers In Facing The Development Of Minimarket In Manggala District, Makass.”
- Qodri, Ilham Fauzul, Dan Dema Tensiyadi. 2022. “Analisis Strategi Pedagang Konvensional Dalam Era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang).” *Jurnal Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* 2: 400–409.
- Ritami, Eci, Dan Hartoyo. 2015. “Peran Modal Sosial Dalam Memperkuat Strategi Bertahan Hidup Penambang Batu (Studi Kasus Di Kelurahan Sepancar Lawang Kulon, Kecamatan Baturaja Timur, Sumatera Selatan).” *Jurnal Sosiologi* 18:115–22.
- Rohimah, Afifatur. 2019. “Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional.” *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(2): 91.
- Suparyanto dan Rosad (2015). “Analisis Persaingan Ekonomi Antar Pedagang Perempuan Penjual Sayur Di Pasar Rakyat Flamboyan Pontianak.” (2015 5(3): 248–53.

- Suparyanto dan Rosad (2015)5. “Tinjauan Teoritis Tentang Persaingan.” (2015 5(3): 248–53. Suryadarma, Daniel Et Al. 2007. Lembaga Penelitian Smeru *Dampak Supermarket Terhadap Pasar Dan Pedagang Ritel Tradisional Di Daerah Perkotaan Di Indonesia*.
- Susilo, Agus, Dan Taufik. 2016. “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Koperasi / Waserda Dan Pasar.” *Jurnal Ilmu Ekonomi* 3(1): 1–9.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. “*Menggagas Bisnis Islam*” : 83–101.

**Sumber Lainnya:**

- Putri, Gustia Martha. 21 Februari 2022. 7 Tantangan Bisnis Online dan Solusinya. Lummo Shop. ([https://www.lummoshop.co.id/blog/7-tantangan-bisnis-online-dan-solusinyadiaksestanggal 29 Agustus 2022](https://www.lummoshop.co.id/blog/7-tantangan-bisnis-online-dan-solusinyadiaksestanggal-29-Agustus-2022))
- Ananta, Yanurisa. 09 Desember 2016. Pedagang Konvensional Gigit Jari. *Media Indonesia.com* ([http://mediaindonesia.com/read/detail/81785-pedagang-konvensional-gigit-jari diaksestanggal28 Agustus 2022](http://mediaindonesia.com/read/detail/81785-pedagang-konvensional-gigit-jari-diaksestanggal28-Agustus-2022)).