

# SKRIPSI

## STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG KONVENSIONAL DITENGAH PERKEMBANGAN *E-COMMERCE* PADA PEDAGANG PASAR CANDIMAS KECAMATAN ABUNG SELATAN KABUPATEN LAMPUNG UTARA



**QONITA ALIFA NABILA AS**  
**07021281823048**

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

# SKRIPSI

## **STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG KONVENSIONAL DITENGAH PERKEMBANGAN *E-COMMERCE* PADA PEDAGANG PASAR CANDIMAS KECAMATAN ABUNG SELATAN KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

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



**QONITA ALIFA NABILA AS  
07021281823048**

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

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG  
KONVENSIIONAL DITENGAH PERKEMBANGAN E-  
COMMERCE PADA PEDAGANG PASAR CANDIMAS  
KECAMATAN ABUNG SELATAN KABUPATEN LAMPUNG  
UTARA”**

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

Oleh :

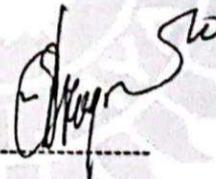
**QONITA ALIFA NABILA AS**  
07021281823048

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

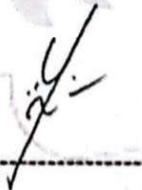
1. Dra. Dyah Hapsari Enh, M.Si  
NIP. 196010021992032001



28 Februari 2023

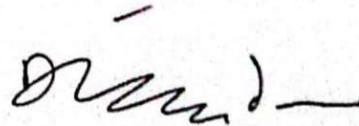
Pembimbing II

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



02 Maret 2023

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



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

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG  
KONVENSIONAL DITENGAH PERKEMBANGAN E-  
COMMERCE PADA PEDAGANG PASAR CANDIMAS  
KECAMATAN ABUNG SELATAN KABUPATEN LAMPUNG  
UTARA”**

Skripsi

**QONITA ALIFA NABILA AS**

**07021281823048**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 21 Maret 2023**

Pembimbing :

1. Dra. Dyah Hapsari Enh, M.Si  
NIP. 196010021992032001

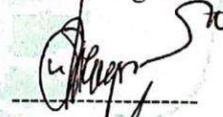
2. Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos  
NIP. 199206062019032025

Penguji :

1. Drs. H. Tri Agus Susanto, MS  
NIP. 195808251982031002

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

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan



**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 : Qonita Alifa Nabilas AS

NIM : 07021281823048

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul " Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan E-commerce Pada Pedagang Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara " 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, 06 Maret 2022  
Yang buat pernyataan,



Qonita Alifa Nabila AS  
07021281823048

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Untuk setiap tangis kepasrahan yang selalu membuat dadamu sesak dan kedua matamu sembab, ketahuilah bahwa tak ada doa yang Allah biarkan tak terjawab”**

**“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 6)**

**“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan untuk menguji kekuatan akarnya” (Ali bin Abi Thalib)**

**“Ya Rabbku, lapangkanlah untukku dadaku, dan mudahkanlah untukku urusanku, dan lepaskanlah kekauan dari lidahku, supaya mereka mengerti perkataanku” (QS. Ta-Ha: 25-28)**

Dengan mengharap Ridho Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah tersayang dan Ibu tersayang.
2. Adikku tersayang, Muhammad Hisyam Al fawwaz AS.
3. Dosen Pembimbing skripsi, Ibu Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si dan Ibu Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos.
4. Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara
5. Universitas Sriwijaya.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah rabbil 'alamin*, puji syukur kehadirat Allah SWT. karena atas segala nikmat, anugerah dan kesempatannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan *E-commerce* Pada Pedagang Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara”. Selanjutnya shalawat beserta salam tidak lupa kita haturkan pada junjungan kita, suri tauladan kita, nabi besar nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang seperti hari ini. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk meraih gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata 1 (S-1) Universitas Sriwijaya.

Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan semangat serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yaitu Bapak Ahmad Syukri, S.Pd dan Ibu Erni Aswita, S.Pd, serta adik laki-laki penulis yaitu Muhammad Hisyam Al Fawwaz AS. Terima kasih untuk doa yang dipanjatkan dan dukungan serta cinta yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya dan para Wakil Rektor beserta staff dan jajarannya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya sekaligus Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dan juga Wakil Dekan 1, 2, 3 beserta staff dan jajarannya.
4. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

6. Ibu Dra. Hapsari ENH, M.Si selaku pembimbing skripsi I yang telah membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan masukan kepada penulis.
7. Ibu Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos selaku pembimbing skripsi II yang telah membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan masukan kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.
9. Seluruh staff kepegawaian dan karyawan Universitas Sriwijaya, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu dalam mengurus keperluan akademik selama perkuliahan serta skripsi.
10. Terima kasih kepada pedagang informan Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara yang sudah membantu memberikan informasi dalam penelitian penulis.
11. Terima kasih kepada Bapak Kepala Desa Candimas Zainal Abidin dan Bapak Sekretaris Desa Nur Rohman yang telah memberikan informasi dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Pasar Candimas.
12. Sahabat hati aku, Agus Indra Mardika yang suka tiba-tiba ngirimin cemilan lewat *alfagift* buat nemenin skripsi. Terima kasih sudah selalu ada melengkapi keseharianku. Sukses ya Ndra! Doa terbaikku untukmu dan kita.
13. Sahabat terbaikku di Kampus: Adin terima kasih sudah banyak menolong dan menemani dari awal semester kuliah sampai skripsi.
14. Sahabat terbaikku di Kampus Cecil: roommate kosan dipenghujung akhir kuliah sekaligus teman dari awal kuliah terima kasih sudah banyak membantu.
15. Sahabatku yang berisik: Meithesa alias mami mei teman dari awal kuliah yang super hiperaktif dan hobi cerita
16. Temen cerita tentang koreaku Zelikha teman dari awal kuliah yang baik. Sukses untuk masa depan kalian dan kita harus ketemu lagi ya!
17. Teman baik semasa SMA hingga sekarang (Dian, Mei, Pera, Lenti) terima kasih sudah memberi semangat pada penulis untuk percaya semuanya pasti

akan selesai, terima kasih juga telah menampung banyak cerita penulis hingga sekarang, semoga kita bisa terus berteman ya, sukses buat masa depan kalian!

18. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih sudah kuat bertahan sampai sejauh ini, hebat. Kedepannya harus lebih kuat dan hebat lagi. Jangan lupa selalu berhusnudzon kepada Allah untuk setiap langkah dan rencana baik yang dipersiapkan-Nya untukmu di masa depan.

Indralaya, 00 Februari 2023

Penulis,

Qonita Alifa Nabila AS

NIM: 07021281823048

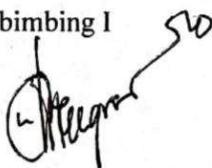
## RINGKASAN

Skripsi ini berjudul **“Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan E-commerce Pada Pedagang Pasar Candimas”**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi bertahan hidup pedagang konvensional ditengah perkembangan E-commerce pada pedagang pasar Candimas, Kecamatan Abung Selatan, Kabupaten Lampung Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini berjumlah 8 orang yang terdiri dari 7 orang informan utama dan 1 orang informan pendukung. Penelitian menggunakan alat analisis konsep strategi bertahan hidup yang dikemukakan oleh Suharto (2009). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang pasar Candimas, Kecamatan Abung Selatan, Kabupaten Lampung Utara memiliki strategi aktif yaitu melakukan inovasi tempat usaha, mengikuti trend model terbaru, meningkatkan etos kerja pedagang, dan memperkerjakan anggota keluarga. Strategi pasif yaitu menghemat pengeluaran produksi, dan menghemat pengeluaran retribusi. Strategi jaringan yaitu jaringan sosial, dan kepercayaan.

Kata kunci: Strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan

Mengetahui/menyetujui,

Pembimbing I



Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si

NIP. 196010021992032001

Pembimbing II



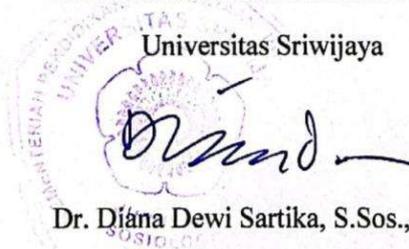
Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos

NIP. 199206062019032025

Ketua Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



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

NIP. 198002112003122003

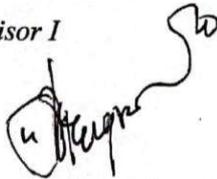
## SUMMARY

*This thesis is entitled "Survival Strategies of Conventional Traders amid the Development of E-commerce in Candimas Market Traders". This study aims to analyze and find out the survival strategies of conventional traders amid the development of E-commerce in Candimas market traders, South Abung District, North Lampung Regency. The method used in this research is descriptive qualitative method. Data collection techniques were carried out by observation, interviews, and documentation. The informants in this study amounted to 8 people consisting of 7 main informants and 1 supporting informant. The research used the analytical tool of the concept of survival strategy proposed by Suharto (2009). The results of this study indicate that Candimas market traders, South Abung District, North Lampung Regency have active strategies, namely innovating business premises, following the latest model trends, increasing the work ethic of traders, and employing family members. Passive strategies are saving production expenses, and saving retribution expenses. Network strategies are social networks, and trust.*

*Keywords: Active strategy, passive strategy, and network strategy*

*Knowing/Approve,*

*Advisor I*



Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si

NIP. 196010021992032001

*Advisor II*



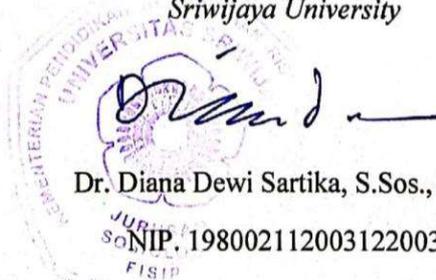
Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos

NIP. 199206062019032025

*Head of Sociology Department*

*Faculty of Social and Political Sciences*

*Sriwijaya University*



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

NIP. 198002112003122003

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	x
<b>SUMMARY</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Umum .....	7
1.3.2 Tujuan Khusus.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Pemikiran .....	16
2.2.1 Konsep Strategi Bertahan Hidup.....	16
2.2.2 Konsep Pasar .....	17
2.2.3 Konsep <i>E-commerce</i> .....	18
2.2.4 Konsep Pedagang Konvensional .....	20
2.2.5 Konsep Pasar Konvensional.....	20
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Desain Penelitian .....	24
3.2 Lokasi Penelitian .....	24
3.3 Strategi Penelitian.....	25
3.4. Fokus Penelitian .....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5.1 Data Primer .....	26
3.5.2 Data Sekunder .....	26
3.6 Penentuan Informan .....	27
3.7 Peranan Peneliti.....	27
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.9 Unit Analisis Data .....	30
3.10 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	30
3.11 Teknik Analisis Data .....	30
3.12 Jadwal Penelitian .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Lampung Utara.....	33
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Abung Selatan.....	36
4.3 Gambaran Umum Pasar Candimas.....	37
4.3.1 Visi Dan Misi Pasar Candimas.....	39
4.3.2 Struktur Organisasi Pasar Candimas .....	40
4.3.3 Komposisi Pedagang atau Penyewa Pasar Candimas .....	40
4.3.6 Komposisi Etnis Pedagang atau Penyewa Pasar Candimas .....	41
4.4 Gambaran Umum Informan Penelitian .....	41
4.4.1 Informan Utama .....	42
4.4.2 Informan Pendukung .....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Realitas Kehidupan Pedagang Konvensional di Pasar Candimas .....	47
5.1.1 Periode Usaha.....	47
5.1.2 Pemilihan Pasar Candimas Sebagai Tempat Menjalankan Usaha ...	48
5.1.3 Jumlah Karyawan Pedagang Pasar Candimas.....	49
5.1.4 Modal dan Pendapatan Pedagang.....	51

5.1.5 Pengeluaran Biaya Pedagang .....	54
5.2 Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional di Pasar Candimas ditengah Perkembangan <i>E-commerce</i> .....	57
5.2.1 Strategi Aktif.....	60
5.2.2 Strategi Pasif .....	65
5.2.3 Strategi Jaringan.....	66
<b>BAB VI</b> .....	73
<b>PENUTUP</b> .....	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	78

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Pedagang Pasar Candimas Tahun 2022 .....	4
<b>Tabel 1.2</b> Jumlah Kios Pasar Candimas Tahun 2022 .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	15
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....	32
<b>Tabel 4.1</b> Data Kecamatan di Kabupaten Lampung Utara .....	35
<b>Tabel 4.2</b> Jumlah Penduduk (Jiwa) Kecamatan Abung Selatan .....	36
<b>Tabel 4.3</b> Jumlah Kios Dari Jenis Barang Yang Dijual .....	41
<b>Tabel 4.4</b> Jumlah Etnis Pedagang Pasar Candimas Tahun 2022 .....	41
<b>Tabel 4.5</b> Daftar Informan Utama Dalam Penelitian Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional Ditengah Perkembangan E-commerce Pada Pedagang Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara .....	42
<b>Tabel 5.1</b> Periode Usaha Informan Utama Pedagang Konvensional Pasar Candimas .....	48
<b>Tabel 5.2</b> Jumlah Karyawan Pedagang Konvensional Pasar Candimas .....	51
<b>Tabel 5.3</b> Modal Pedagang Konvensional Pasar Candimas .....	52
<b>Tabel 5.4</b> Pendapatan Pedagang Konvensional Pasar Candimas .....	54
<b>Tabel 5.5</b> Biaya Sewa Toko Pedagang Konvensional Pasar Candimas .....	57

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
<b>Bagan 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	23
<b>Bagan 4.1</b> Struktur Organisasi Pasar Candimas .....	40

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 4.1</b> Peta Pembagian Kecamatan di Kabupaten Lampung Utara .....	34
<b>Gambar 4.2</b> Peta Kecamatan Abung Selatan .....	37
<b>Gambar 4.3</b> Peta Pasar Candimas .....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia seperti makhluk hidup lainnya, memiliki naluri untuk mempertahankan hidupnya dan hidup lebih lama. Usaha ini dikendalikan oleh pokok dari hidup yaitu, hidup dalam situasi apapun dengan lebih berkualitas dari pada sebelumnya. Ini adalah ide dasar dari bertahan hidup. Bagaimana pun, untuk memperoleh tujuan ini seseorang harus memahami konsep strategi. Berdasarkan analisis kebijakan sosial, strategi adalah satu set pilihan dari alternatif-alternatif yang ada. Sebagai bagian dari teori pilihan rasional, analisis strategi tidak hanya dapat digunakan dalam medan kehidupan ekonomi, tetapi juga dalam medan politik, kekuasaan, dan pembangunan (Crow, 2001).

Salah satu strategi bertahan hidup manusia adalah dengan adanya kebutuhan yang seluruh manusia sering lakukan yaitu berbelanja, terutama berbelanja makanan dan bahan makanan yang dapat diolah kembali, serta berbelanja kebutuhan primer lainnya seperti pakaian, alat rumah tangga dan kebutuhan lainnya. Satu-satunya tempat yang menyediakan segala bentuk keperluan hidup dari dulu sampai sekarang adalah pasar. Pasar sebagai tempat jual beli lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plaza*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Sartono, 2017).

Mankiw (2017) mengungkapkan pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang atau jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok yang menentukan permintaan terhadap produk dan para penjual sebagai kelompok yang menentukan penawaran terhadap produk (Fata, 2010). Pasar konvensional atau lebih dikenal pasar tradisional adalah pasar yang menawarkan banyak sekali makanan khas daerahnya masing-masing, menjual makanan pokok, hingga menjual pakaian atau sayur-sayuran. Tipe pasar tradisional ada yang hanya buka di pagi hari saja, ada yang buka dari pagi hari hingga sore dan sebagainya. Kondisi pasar tradisional sama dengan yang kumuh, kotor dan padat pembeli. Ditambah lagi dengan jasa pedagang yang

sering memanipulasi kualitas barang. Hal ini semakin mengurangi kepercayaan dan minat konsumen dalam memilih pasar tradisional sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian Ika Dian P dari Indonesia Business Watch (BWI), bahwa pergeseran pasar tradisional bisa disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain, beberapa produk infrastrukturnya kurang baik, kurang nyaman, modalnya lebih sedikit, dan harganya mahal (Harian Suara Merdeka, 2005).

Harian Suara Merdeka edisi cetak 6 Desember 2005, Subandi menulis bahwa pasar modern mengedepankan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan agar dapat menarik minat dari konsumen sebanyak-banyaknya. Jika pasar tradisional tampilan yang apa adanya dan sederhana, pasar modern justru hadir dengan tampilan yang lebih menarik mengikuti perkembangan zaman, seperti contohnya *outlet* dihias dengan seunik mungkin untuk menarik pembeli. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat. Perkembangan teknologi telah memberikan variasi baru dalam dunia bisnis, yang juga menyebabkan peningkatan sistem belanja masyarakat. Dahulu, ketika seseorang ingin berbelanja, mereka harus langsung ke pasar atau toko. Tetapi dengan diperkenalkannya sistem transaksi baru, orang sekarang memiliki banyak pilihan belanja. Tidak hanya berbelanja secara langsung, tetapi juga secara *online* atau melalui internet. Berbelanja dengan menggunakan internet sering disebut dengan belanja *online*.

Belanja online semakin menjadi pilihan karena pembeli atau pelanggan dapat membeli barang dan jasa tanpa harus keluar rumah. Kemudahan yang ditawarkan dalam proses belanja *online* cukup dengan duduk di depan komputer atau menggunakan *smartphone*, kemudian mencari barang atau jasa yang diinginkan, dan melakukan transaksi melalui *online banking* atau dompet elektronik yang biasa disebut dengan dompet digital. Belanja *online* adalah cara baru dalam berbisnis. Pada acara ini, pembeli dan penjual tidak bertatap muka seperti biasanya proses atau tradisi penjualan. *E-commerce* ini dapat menjangkau sampai ke pelosok negeri. Oleh karena itu pasar *online* ini semakin hari semakin diminati banyak masyarakat karena tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk berbelanja, belum lagi di dalam *E-commerce* sering menawarkan

potongan harga guna menarik pembeli. Ketika hari-hari besar tertentu *platform-platform* belanja *online* sering mengadakan *diskon* besar-besaran contohnya libur hari raya idul fitri dan natal.

Dikarenakan *E-commerce* sering mengadakan potongan harga serta memudahkan konsumen dalam berbelanja barang dan jasa hal tersebut membuat lahir kondisi masyarakat yang konsumtif. Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Definisi tersebut menunjukkan bahwa individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Sifat konsumtif masyarakat terhadap barang-barang yang diluar kebutuhan primernya tersedia banyak di *E-commerce* serta cenderung memiliki harga yang murah. Apalagi di zaman sekarang ketika siapa saja mampu berjualan di berbagai *platform online*, hanya dengan menambahkan foto barang yang akan dijual, siapapun bisa membeli barang tersebut.

Faktor lain yang memicu berkembangnya *E-commerce* ialah pedagang *online* juga menggunakan jasa *artis* dan *selebriti* sebagai media promosi dan rela membayar mahal. Sangat mudah untuk percaya bahwa apa yang dijual adalah hal yang baik karena telah digunakan oleh *artis* dan *selebriti*. Menurut data APPBI (Asosiasi Pengelola Pusat Perbelanjaan Indonesia), rata-rata pembeli saat ini kebanyakan adalah kaum milenial, dengan rentang usia 24-35 tahun. Generasi ini sudah terpapar dengan digital, sehingga penampilan dan riasan sebuah gerai di tempat belanja atau tenant sebuah toko juga harus mengikuti selera mereka. Lonjakan *E-commerce* dan belanja *online* juga terjadi di Kota Lampung Utara. Hal ini terlihat dari penurunan volume beberapa pedagang di pasar tradisional. Saat ini masyarakat di Kota Lampung Utara khususnya remaja, dewasa dan masyarakat dengan aktivitas masyarakat yang intensif telah bertransformasi dari sistem belanja tradisional ke sistem belanja *online*. Pergeseran pola perdagangan komunitas memang menjadi pendorong utama di balik penurunan volume tersebut.

Menjamurnya *E-commerce* dan berbelanja *online* hal ini juga terlihat dari pengamatan peneliti di lokasi penelitian yang juga menemukan sedikit

penurunan jumlah konsumen yang datang ke Pasar Candimas. Penurunan jumlah konsumen terlihat dari minimnya kendaraan yang parkir di sekitar pasar Candimas. Masalah berjualan melalui internet akan terus ada dan berkembang seiring kemajuan teknologi. Perkembangan *E-commerce* yang terus menerus akan menyebabkan para pedagang tradisional yang berjualan di pasar terus menerus mengalami kemunduran, belum lagi tidak seimbang dengan kekuatan modal yang dimiliki para pedagang tersebut. Kekuatan modal tidak hanya berasal dari modal ekonomi, tetapi juga modal sosial dapat menentukan hidup matinya suatu perusahaan. Pedagang di pasar Candimas tergolong masyarakat yang heterogen karena terdiri dari beragam suku namun tetap saling toleransi. Berikut jumlah pedagang Pasar Candimas pada tahun 2022:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pedagang Pasar Candimas Tahun 2022**

No	Suku	Jumlah (orang)
1.	Jawa	43
2.	Sunda	10
3.	Lampung	9
4.	Palembang	7
5.	Padang	6
6.	Batak	6
7.	Ogan	5
<b>Total</b>		<b>86</b>

*Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2022*

Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan pedagang di Pasar Candimas yaitu 86 orang pedagang. Suku/etnis Jawa 43 orang pedagang. Sementara itu, suku/etnis Ogan yang paling sedikit yaitu 5 orang pedagang. Di Pasar Candimas juga menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Berikut jumlah kios yang ada di Pasar Candimas pada tahun 2022:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kios Pasar Candimas Tahun 2022**

No	Kategori Dagangan	Jumlah
1.	Sayuran	16
2.	Sembako	14
3.	Pakaian	8
4.	Ayam	8
5.	Makanan	7
6.	Pecah Belah	6
7.	Ikan	5
8.	Kelapa Santan	5
9.	Tukang Jahit	3
10.	Sepatu dan Tas	3

No	Kategori Dagangan	Jumlah
11.	Jamu	3
12.	Buah	3
13.	Ikan Asin	2
14.	Gilingan Daging dan Bumbu	1
15.	Toko Gawai	1
16.	Daging	1
<b>Total</b>		<b>86</b>

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Pasar Candimas memiliki kios sejumlah 86 kios dari total keseluruhan. Kios sayuran dengan total 16 kios. Sementara itu, kios Gilingan Daging dan Bumbu, Toko Gawai, dan Daging menjadi kios paling sedikit dengan masing-masing total 1 kios. Namun disayangkan Pasar Candimas mengalami kemunduran, dari yang dahulunya ramai dikunjungi pembeli menjadi sepi pembeli, hal ini dikarenakan adanya kemajuan teknologi berbelanja *online* dalam berbelanja produk kebutuhan sehari-hari.

Memahami perkembangan zaman dan *platform* yang digunakan seorang pembisnis berarti dituntut untuk menjadi seseorang yang memahami perkembangan zaman terutama dalam memasarkan produk, fleksibel dalam menggunakan beragam media sosial yang saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat dengan memahami perkembangan zaman dapat meningkatkan *skill* strategi bertahan hidup dan menambah jumlah pembeli dalam waktu dekat. Memiliki tujuan sebagai titik awal. Target pemasaran adalah salah satu hal yang paling penting untuk dipertimbangkan dalam bisnis. Rencana bisnis masa depan dapat dikembangkan dengan memetakan pasar sasaran dari waktu ke waktu, karena tidak selalu konsumen yang membutuhkan barang atau jasa yang akan dijual, misalnya target pasarnya anak muda, jadi pemasaran harus mengikuti perkembangan anak muda zaman sekarang, dan bahasanya harus mudah dipahami anak muda dan tidak ketinggalan zaman.

Hadirnya sistem perdagangan dan sistem jual beli secara *online* mengakibatkan sejumlah pasar konvensional dapat terancam bangkrut akibat dampak dari *E-commerce*. hal ini juga mengakibatkan para pedagang konvensional yang ada di pasar tradisional harus memikirkan kembali strategi bertahan untuk mengatasi *E-commerce* yang semakin meluas. Hadirnya *E-commerce* mengakibatkan para pedagang konvensional menjadi tersisihkan dan

terkadang mengalami kekurangan pendapatan. Persoalan ini mengakibatkan para pedagang terpaksa harus berinisiatif untuk membuat produk jualan tampil menarik di mata konsumen, baik dari segi harga yang sangat murah dan dari segi kualitas produk yang harus dijamin tidak mengecewakan konsumen. Semua pedagang berusaha mempertahankan usaha demi keberlangsungan hidup.

Berkembangnya *E-commerce* membuat beberapa pasar konvensional yang mulai kurang diminati pengunjung. Pasar Candimas salah satu contohnya. Pasar Candimas yang dulunya selalu ramai dikunjungi masyarakat terutama di waktu pagi hari untuk membeli kebutuhan hidup terutama kebutuhan pangan kini telah mulai dikurangi pengunjung. Semakin hari permasalahan penjualan melalui *online* ini akan terus ada dan akan berkembang seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Semakin berkembangnya *E-commerce* akan membuat para pedagang konvensional yang berjualan di pasar terus mengalami penurunan, apalagi jika tidak diseimbangi dengan kekuatan modal yang dimiliki oleh pedagang. Kekuatan modal bukan hanya bersumber dari modal ekonomi, melainkan juga modal sosial dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Lampung Utara khususnya di Pasar Candimas Kecamatan Abung, para pedagang beresiko akan mengalami penurunan omset penjualan secara signifikan dan akan terancam bangkrut jika tidak memiliki kekuatan strategi dalam mempertahankan usaha.

Penelitian ini, peneliti berperan sebagai non-participant karena peneliti hanya sebagai pengamat, pencatat dan akhirnya menjadi pelapor penelitian. Serta pengamatan dari peneliti bahwa strategi bertahan hidup pedagang konvensional dalam mempertahankan usahanya untuk keberlangsungan hidup sehingga penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan *E-commerce* Pada Pedagang di Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara”** untuk meneliti dan mengetahui bagaimana pedagang konvensional di Pasar Candimas Lampung Utara mampu mempertahankan usahanya ditengah perkembangan toko *E-commerce* yang semakin marak dikalangan masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi bertahan hidup pedagang konvensional di Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Lampung Utara?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun beberapa tujuan yang menjadi acuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bertahan hidup pedagang konvensional ditengah perkembangan *E-commerce* pada pedagang pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bertahan hidup pedagang konvensional ditengah perkembangan *E-commerce* pada pedagang pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu sosial, khususnya di bidang Sosiologi yang berhubungan dengan Sosiologi Ekonomi, Pemberdayaan Masyarakat dan Perencanaan Sosial.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam studi tentang Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan Ruko Modern Pada Pedagang Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara.

4. Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi dan memberikan sumbangan dari mengenai penelitian sejenis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan informasi pentingnya dan menjadi bahan referensi strategi bertahan hidup bagi pedagang konvensional untuk mempertahankan dagangan ditengah perkembangan ruko modern bagi masyarakat Lampung Utara.
2. Memberikan manfaat bagi peneliti supaya lebih memahami tentang Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Ruko Modern di Pasar Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Albi Anggito and Johan Setiawan. 2018. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Sukabumi: Jejak CV.
- Mardia, Moses Lorensius Parlinggoman Hutabarat, Mariana Simanjuntak, Rosintan Sipayung, Liharman Saragih, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Sulasih, Rahman Tanjung, Irdawati, David Tjahjana, Andriasan Sudarso, Diena Dwidienawati Tjiptadi, Ince Weya. 2021. "Strategi Pemasaran". Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Riyanto, Setyo. 2018. "Pengambilan Keputusan Strategis Berbasis EFAS/IFAS/SFAS dan AHP". Bandung: Paramedia Komunikatama.
- Santoso, Thomas. 2020. "Memahami Modal Sosial". Surabaya: CV Saga Jawadwipa.
- Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2018. "Metode Penelitian Kualitatif". Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Agus. (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. *Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi*, December, 14. eprints.polsri.ac.id
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(01), 18–29.
- Darmawati, D. M., Azhar, E., Busyra, N., & Kunci, K. (2021). Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima (UKM) Rukun Warga 02 Kelurahan Paseban. *Jurnal SOLMA*, 10(01s), 2021.
- Dewi Nur'aini, R. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. Dalam *92 Inersia* (Vol. 1).
- Fandi Winarno, R. (2016). Strategi Bertahan Hidup Mantan Karyawan Pt. Kertas Nusantara Di Desa Pilanjau Kabupaten Berau. *Ejournal Sosiatri-Sosiologi*, 4(4), 16–33.
- Firman. (2015). Analisis Data Dalam Kualitatif. *Article*, 4, 1–13.

- Fuady, F., & Rokhmat, A. Z. N. (2021). Kompetisi Bisnis Konvensional Terhadap Bisnis Online Pada Media Sosial Di Kecamatan Klirong Kebumen. *Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif, Vol. 1*, 287–318.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive, 16*, 32–41.
- Hayat, M., Sosiologi, D., Sosial, I., & Politik, I. (2012). *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima (Pkl)*.
- Heriawan, T. (2018). Analisa Kreatifitas Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pada Usaha Retail Business (Bisnis Eceran) Untuk Usaha Mini Market Konvensional Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, 9*(1). <https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/02/6.-Analisa-Kreatifitas-Pelaksanaan-Strategi-Pemasaran-Pada-Usaha-Retail-Business-Bisnis-Eceran-Untuk-Usaha-Mini-Market-Konvensional-Di-Indonesia.pdf>
- IW, S., Hadi, A. P., & Paramita, E. P. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Kerajinan Cukli Kota Mataram di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Community Development & Empowerment, 2*(3), 73–84. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v2i3.18>
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, Vol.3, No.1, 2020: 1-13*, 3(1), 1–13.
- Kilmanun, J. C. (2018). Sistem pemasaran sayuran hidroponik di kalimantan barat. *Jurnal Pertanian Agros, 20*(2), 147–153. <http://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/609>
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59, 59, 290572*. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Nawari, N., & Ulfa, L. A. (2020). Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional Dan Digital. *ProBank, 5*(2), 176–192. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i2.724>
- Nulhakim, B., Kusnadi, & Wahyudin. (2021). Alur Proses Sarana Penjualan di PT. Pupuk Kujang Cikampek. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 7*(1), 427–434. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5773963>
- Ramadhan, F. H. (2017). Pkm Pemanfaatan Media Sosial Instagram. *Jom Fisip, 4*(2), 1–15.

- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Shofa, F., Sari, A., Ramelan, M. R., Asri, D., Ambarwati, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Lampung, U. (2018). Marketing Web Based ( *E-Commerce* ) Sebagai Strategi Pemasaran Produk Pertanian Di Desa Mulyosari Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran. *Prosiding Pengabdian Masyarakat*.
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 1(2), 77–84.
- Strategi, A., Konvensional, P., Royal, P., & Serang, K. (n.d.). *A l y s*. 2, 400–409.
- Suroyo, S. (2021). Fenomena Media Sosial Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Bisnis Online. *Indikator*, 2(2), 19–31. <https://doi.org/10.37753/indikator.v2i2.162>
- Sutrisno, S., Jamiyanto, J., & Andreanto, B. (2021). Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern. *Yos Soedarso Economics Journal*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.53027/yej.v3i1.206>
- Yacob, A. (T.T.). *Kepercayaan Dalam Perspektif Komunikasi Umum Dan Perspektif Komunikasi Islam*. 43–51.

### Sumber Lain

- Daftar kecamatan dan kelurahan di Kabupaten Lampung Utara*. (t.thn.). Diambil kembali dari Ensiklopedia Dunia: [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Daftar\\_kecamatan\\_dan\\_kelurahan\\_d\\_i\\_Kabupaten\\_Lampung\\_Utara](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Daftar_kecamatan_dan_kelurahan_d_i_Kabupaten_Lampung_Utara)
- Kabupaten Lampung Utara*. (n.d.). Retrieved from PROFILBARU.COM: [https://profilbaru.com/Kabupaten\\_Lampung\\_Utara](https://profilbaru.com/Kabupaten_Lampung_Utara)
- Utara, P. K. (2021). *Sejarah Kabupaten Lampung Utara*. Diambil kembali dari <https://lampungutarakab.go.id/sejarah-lampung-utara/>