

LABA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI BALONGPANGGANG GRESIK DALAM MENGHADAPI PEDAGANG ONLINE

Yulia Safitri Fatimah¹, Rahmat Agus Santoso²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik, Jawa Timur, Indonesia

yuliasafitrif@gmail.com¹, ra_santoso@umg.ac.id²

Abstract

Background - This study aims to determine the profit of traditional market traders in Balongpanggung Gresik in dealing with online traders. The sources of my research are the head of the traditional market, and three (3) traders who are experiencing trade competition with online traders in increasing their profits. This research is a qualitative research using primary data type, and this research uses interview technique method. The results of this study indicate that the profits of traditional market traders have decreased due to the increasing number of competition in trading, one of which is competition with online traders. However, traditional market traders still have to survive with the competition with online traders in increasing profit to meet their daily needs.

Objectives - This study aims to find out how Balongpanggung traditional market traders survive in the face of online traders, find out how to stabilize the profits of traditional market traders in the midst of the wide spreads of online traders in Balongpanggung village, know the strategies of Balongpanggung traditional market traders in increasing profits.

Design/Methodology/Approach - This research is a qualitative research with techniques data collection using interviews

Findings - The results of this study indicate that the profits of traditional market traders have decreased due to the increasing number of competition in trading, one of which is competition with online traders. However, traditional market traders still have to survive with the competition with online traders in increasing profit to meet their daily needs.

Research Implications - This research can be used as a reference for traders, especially traditional market traders, to find out how traditional market traders can survive, stabilize profits, and strategies to increase profits.

Research Limitations - The research carried out by researchers has limitations, namely this research only focuses on traditional market traders in Balongpanggung Gresik, so researchers can only get data from traditional market traders informants, besides that the number of informants taken is that this study uses a number of informants who only 3 informants, of course, still not enough to describe the real situation.

Keywords: Profit, Traditional Market Traders, Online Trader.

Abstrak

Latar Belakang - Suatu usaha yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhannya tersebut adalah memberlakukan transaksi jual beli yang merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi

kebutuhan hidup (kebutuhan pokok) dan sekarang sudah menjadi suatu hal pokok dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Zaman yang sudah sangat maju dengan dukungan teknologi yang mumpuni, pedagang terdapat beberapa macam jenis transaksinya, mulai dari transaksi secara langsung ataupun transaksi secara tidak langsung. Berbicara mengenai pedagang tradisional yang sudah ada sejak zaman dahulu atau tidak asing bagi semua kalangan apalagi pada desa Balongpanggung, dan hal tersebut menurut masyarakat desa Balongpanggung bertransaksi dengan pedagang tradisional sangat mudah dan tidak perlu melalui beberapa proses yang harus dilakukan.

Tujuan–Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara cara pedagang pasar tradisional Balongpanggung bertahan dalam menghadapi pedagang *online*, mengetahui cara menstabilkan laba pedagang pasar tradisional ditengah maraknya penyebaran pedagang *online* di desa Balongpanggung, mengetahui strategi pedagang pasar tradisional Balongpanggung dalam meningkatkan laba.

Desain/Metodologi/Pendekatan–Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara

Temuan –Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perolehan laba pedagang pasar tradisional mengalami penurunan yang disebabkan dari semakin banyaknya persaingan dalam berdagang salah satunya persaingan dengan pedagang *online*. Akan tetapi pedagang pasar tradisional masih harus bertahan dengan adanya persaingan dengan pedagang *online* dalam peningkatan perolehan laba untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Implikasi Penelitian –Penelitian ini dapat dijadikan refrensi bagi pedagang khususnya pedagang pasar tradisional untuk mengetahui cara pedagang pasar tradisional untuk bertahan, menstabilkan laba, serta strategi untuk meningkatkan laba.

Batasan Penelitian –Penelitian yang dilakukan peneliti memiliki keterbatasan yaitu penelitian ini hanya memfokuskan pada pedagang pasar tradisional saja di Balongpanggung Gresik, sehingga peneliti hanya bisa mendapatkan data dari informan pedagang pasar tradisional, selain itu sedikitnya jumlah informan yang diambil yaitu penelitian ini menggunakan jumlah informan yang hanya 3 informan, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

Kata kunci : Laba, Pasar tradisional, Pedagang *Online*.

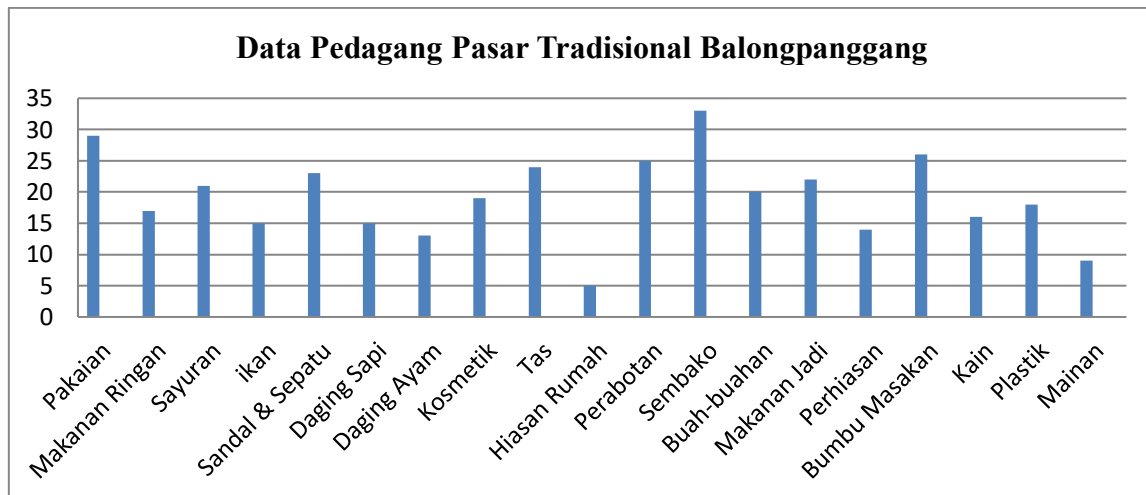
I. PENDAHULUAN

Suatu usaha yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhannya tersebut adalah memberlakukan transaksi jual beli yang merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok) dan sekarang sudah menjadi suatu hal pokok dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Zaman yang sudah sangat maju dengan dukungan teknologi yang mumpuni, pedagang terdapat beberapa

macam jenis transaksinya, mulai dari transaksi secara langsung ataupun transaksi secara tidak langsung.

Berbicara mengenai pedagang tradisional yang sudah ada sejak zaman dahulu atau tidak asing bagi semua kalangan apalagi pada desa Balongpanggung, dan hal tersebut menurut masyarakat desa Balongpanggung bertransaksi dengan pedagang tradisional sangat mudah dan tidak perlu melalui beberapa proses yang harus dilakukan. Suatu hal yang dilakukan saat berdagang yakni tujuan utamanya memperoleh laba. Pengertian laba menurut Santoso, dan Handayani (2018:15) Laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena mempunyai berbagai alasan antara lain: Laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi unit usaha lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan unit usahanya, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja unit usahanya.

Untuk negara Indonesia sendiri proses perdagangan sudah bukan hal asing lagi bagi setiap masyarakat, Indonesia terdiri dari beberapa wilayah yang terdapat beberapa masyarakat yang mendirikan sebuah sarana jual beli ataupun mengikuti zaman dengan memanfaatkan teknologi untuk melakukan proses jual beli untuk memperoleh keuntungan ataupun laba, peneliti melakukan penelitian di Desa Balongpanggung Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik. Desa Balongpanggung yang jumlah penduduknya terdapat 5.631 orang (gresikkab.bps.go.id). Dari hasil observasi di pasar tradisional Balongpanggung, berdasarkan data dibawah ini bahwa pedagang pasar tradisional Balongpanggung terdapat 364 pedagang dengan menjual berbagai barang dagangan yang sudah di kelompokkan berdasarkan barang dagangannya masing-masing;



Gambar Data Pedagang Pasar Tradisional Balongpanggung

Untuk Pedagang online di desa Balongpanggung terdapat 20 orang, dalam proses perdagangan pedagang online disini menggunakan pemasaran produk secara *online* (*E-marketing*) penjualan menggunakan pemanfaatan perangkat teknologi seperti handphone, dan komputer. Perdagangan *online* yang dilakukan masyarakat desa Balongpanggung dengan menggandeng *e-commerce marketplace* seperti *shopee* dan *tokopedia*. Adapun hal lain yang dilakukan masyarakat Balongpanggung untuk memasarkan produknya secara *online* dengan menggunakan *platform* media sosial seperti *instagram*, *facebook*. Menurut (Alma, 2014). Menjelaskan bahwa pemasaran online merupakan suatu strategi pemasaran yang dikembangkan berdasarkan kemajuan zaman dan kemajuan teknologi manusia yang dimanfaatkan untuk memasarkan suatu produk atau jasa melalui jaringan internet.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Laba

Laba menurut Harahap (2011), laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain; laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan.

Pasar Tradisional

Pengertian pasar tradisional dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 Pasar Tradisional ialah salah satu jenis pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki dan dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar.

Pedagang Online atau Perdagangan Elektronik

Pedagang online atau perdagangan elektronik adalah perkembangan paradigma baru dari pemasaran secara umum dengan menghubungkan jual beli melalui teknologi informasi, hal ini dimungkinkan dengan internet sebagai penghubung penjual dan pembeli (Foster, 2017: 69). Pedagang online melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengelolaan data inventori yang dilakukan dengan sistem komputer ataupun jaringan komputer dan lain sebagainya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini berupaya mendeskripsikan pengaruh munculnya pedagang online terhadap laba/omset dan jumlah konsumen peminat belanja di Pasar Tradisional Balongpanggung. Moleong (2008:6-7), berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah, serta dengan memanfaatkan berbagai alamiah yang salah satunya bermanfaat untuk keperluan meneliti dari segi prosesnya.

Lokasi dan Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Balongpanggung tepatnya di Jl. Wates Kedungpring, Kabupaten Gresik, Jawa Timur, 61173.

Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang

menggambarkan data informasi yang berdasarkan dengan kenyataan (fakta) yang diperoleh di lapangan. Penelitian deskriptif sendiri merupakan penelitian yang paling dasar yang ditunjukkan untuk menjelaskan fenomena atau masalah yang terjadi baik yang bersifat ilmiah maupun yang bersifat rekayasa atau buatan. Deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori yang dibangun melalui data yang sudah diperoleh dari lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Prosedur pengumpulan data dapat juga diartikan sebagai suatu usaha untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu observasi dan wawancara. Observasi yang dilakukan peneliti disini yakni dengan mengamati langsung objek penelitian dan secara langsung mendapati gambaran umum wilayah penelitian. Observasi dilakukan terhadap sebuah aktivitas yang terdapat di dalam situs penelitian yaitu aktivitas operasional. Pada tahapan observasi aktivitas operasional yakni peneliti mengamati langsung tanpa disadari oleh para informan, sedangkan untuk teknik wawancara dalam penelitian ini yang digunakan terlebih dahulu yaitu wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur ini digunakan terlebih dahulu guna sebagai teknik pengumpulan data seperti peneliti membuat pertanyaan, dalam setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya.

Teknik Analisis Data

Metode ini dilakukan setelah data terkumpul seluruhnya. Dalam Penelitian ini akan digunakan analisis data secara induktif. Analisis data dalam penelitian ini dimulai sejak proses pengumpulan data sampai penyusunan laporan. Data yang terkumpul dianalisis secara rinci dan apa adanya sesuai dengan tujuan penelitian ini. Karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka analisis data yang digunakan disesuaikan dengan jenis datanya. Data yang berbentuk kata-kata atau kalimat dicatat dalam catatan lapangan dan format observasi, kemudian diolah menjadi kalimat yang bermakna, ilmiah, dan dianalisis secara kualitatif. Dalam penelitian ini, Proses analisis data terdiri atas tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: Reduksi Data, Penyajian Data, dan Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan.

Uji Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian, baik penelitian bersifat kualitatif maupun kuantitatif, kriteria utama yang sangat diperhatikan adalah valid dan reliabel. Validitas menurut Sugiyono (2007), mengatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang telah dilaporkan peneliti tersebut. Apabila pada keabsahan data laporan peneliti terdapat adanya perbedaan dengan apa yang terjadi pada obyek penelii maka data yang dilaporkan peneliti dapat dikatakan sebagai data yang tidak valid. Sebagai alat uji kredibitas data, peneliti menggunakan *Member Check*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pasar tradisional Desa Balongpanggung berdiri sebelum adanya kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1937 namun tidak atas nama pemerintahan terkait, dan Pasar tradisional Desa Balongpanggung masih berdiri di atas tanah warga. Pasar tradisional Desa Balongpanggung mengalami kebakaran tahun 1991, kebakaran terjadi karena diakibatkan oleh korsleting arus listrik. Pada tahun 1992 pasar tradisional melakukan perombakan guna menata dan mengelola kios-kios dan stan yang berdiri pada pasar tradisional Balongpanggung. Pasar tradisional Desa Balongpanggung merupakan pasar terbesar kedua setelah pasar Gresik dan pada tahun 2017 pernah dinobatkan sebagai juara 2 terbaik dalam pengelolaan pasar Desa tingkat Provinsi Jawa Timur .

Penelitian dilakukan pada pedagang pasar tradisional di desa Balongpanggung Gresik yang mengalami persaingan dalam peningkatan laba dengan pedagang *online*. Informan dalam penelitian ini ada 4 orang. Informan pertama yaitu ketua pasar tradisional Balongpanggung Gresik dan informan ke 2 sampai informan ke 4 yaitu pedagang pasar tradisional desa Balongpanggung Gresik. Terkait faktor penyebab penurunan laba yaitu banyak bermunculan pedagang online disekitar pasar tradisional Balongpanggung, risiko yang mereka alami yang diakibatkan oleh adanya penurunan penjualan yang dialami pedagang pasar tradisional serta persaingan bisnis yang cukup ketat. Karena dengan adanya persaingan bisnis yang ketat akan berpengaruh terhadap usaha yang dirintis, dan penurunan penjualan pun juga akan mengalami penurunan yang disebabkan karena banyaknya pesaing yang ada.

Pembahasan

Hasil pengujian ini menunjukkan yang diungkapkan oleh informan peneliti yakni ibu Mindaya mengungkapkan bahwa modal pada zaman dulu ini bisa dibilang murah sekali dengan cukup menggunakan modal sebesar Rp 4.000.000 saja sudah bisa membeli barang dagangan yang mereka butuhkan untuk berdagang pada toko atau kios. Dari ketiga informan yang peneliti wawancara, pedagang tradisional di Balongpanggung memaknai bahwasanya laba sebagai sebuah penghasilan yang didapat dengan sabar dan selalu bersyukur hal dikarenakan laba yang pedagang dapatkan bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari para ketiga informan yang peneliti wawancara di tengah adanya pedagang online.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maranatha (2016), yaitu Strategi pedagang toko tradisional dalam mempertahankan kelangsungan usahanya ditengah aktivitas ritel modern (Studi deskriptif pada pedagang toko tradisional di Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Walikates, Jember). Tujuan penelitiannya yaitu mendeskripsikan dan menganalisis strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha toko tradisional di Kelurahan Jember Kidul dalam mempertahankan kelangsungan usahanya ditengah maraknya ritel modern yang berada di sekitar usaha toko tradisionalnya tersebut.

Hasil penelitiannya bahwa strategi mempertahankan toko tradisional nya ditengah perkembangan ritel modern, pedagang toko tradisional mempertahankan kelangsungan usahanya dengan cara: penataan ruang toko, menambah jenis barang dagangannya, pemberian label harga mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern. Karena kehadiran ritel modern dengan konsep tempat belanja yang nyaman, suasana belanja yang lebih bersih dan lain sebagainya menyebabkan masyarakat cenderung meninggalkan toko tradisional. Sebaliknya toko tradisional sering diasosiasikan sebagai tempat berbelanja dengan kondisi fisik yang kurang terawat, manajemen kurang teratur, dan pengemasan yang tampak apa adanya.

Pandangan ini membuat toko tradisional di mata masyarakat atau konsumen terlihat kurang menarik. Hal yang perlu dilakukan pedagang tradisional untuk menghadapi pedagang online ;

1. Mengikuti Trend Barang yang di Jual

Mengikuti trend bukan saja harus dilakukan oleh para pembeli atau konsumen agar tidak dikatakan ketinggalan model, tetapi perkembangan trend juga harus diikuti

oleh para pedagang. Saat ini pedagang yang dapat melihat perkembangan trend terbaru adalah pedagang *online*. Para pedagang *online* biasanya lebih cepat mengetahui adanya perubahan dan perkembangan barang-barang terbaru. Dengan kebijakannya pedagang *online* membaca minat konsumen membuat para pedagang *online* semakin berkembang dan dapat meruntuhkan para pedagang tradisional.

Sesuai dengan pendapat Miklos (2002) mengatakan Ketertarikan masyarakat yang tinggi terhadap pasar *online* mengakibatkan banyak pasar *online* yang bermunculan mulai dari pasar *online* yang jujur, tidak jujur, ataupun dari fiktif maupun nyata bahkan sampai toko *online* penipuan.

Hal ini tergambar dari hasil penelitian dengan Ibu Nur Khayati 51 tahun. Bahwa strategi yang digunakan untuk bisa bertahan dengan maraknya pedagang yang mengonlinekan jualannya adalah dengan mengikuti trend seperti Ibu Nur Khayati mencari barang pakaian yang akan dijualnya sesuai dengan selera masyarakat masa kini.

2. Memberi Potongan Harga (diskon)

Salah satu strategi pemasaran produk dalam bisnis yang terbukti masih efektif hingga saat ini. Seperti yang kita ketahui bahwa diskon adalah salah satu hal yang paling disukai, terutama bagi mereka yang hobi berbelanja. Kehadiran diskon akan menarik lebih banyak orang sehingga akan memiliki lebih banyak pembeli. Banyak pelaku bisnis mulai dari level kecil hingga besar yang menggunakan strategi ini. Hal ini diungkapkan oleh salah satu informan yaitu Ibu Rikanah 46 tahun bahwa strategi untuk bisa bertahan ditengah perkembangan pasar *online* yang dilakukan oleh Ibu Rikanah yaitu memberikan potongan harga.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Marantha (2016) tentang strategi pedagang toko tradisional mempertahankan kelangsungan usahanya ditengah aktivitas ritel modern bahwa dengan cara penataan ruang toko, menambah jenis barang dagangannya, pemberian label harga mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern.

3. Meningkatkan Jaringan Sosial dengan Pembeli

Pembeli merupakan orang atau aktor yang tak kalah penting dari pedagang, tanpa pembeli pedagang tidak akan bisa bertahan di pasar. Oleh sebab itu, antara pedagang dengan pembeli juga terjalin hubungan yang baik. Menjalin hubungan yang baik

dengan pembeli melalui peningkatan pelayanan dan keramahan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu informannya itu Ibu Mindaya 49 Tahun bahwa strategi yang dilakukan Ibu Mindaya untuk bisa bertahan berjualan di pasar yaitu menjalin hubungan yang baik dengan pembeli atau pelanggan agar tetap berbelanja dan tidak kapok untuk membeli ke ibu Mindaya kembali.

Meningkatkan jaringan sosial dengan pembeli bahwa meningkatkan jaringan sosial bisa terjadi di pasar namun bisa juga terjadi diluar pasar seperti adanya mengajak para pembeli yang sudah kenal dengan meminta nomor hp (*handphone*) kemudian ketika ada acara pesta mengajak mereka untuk datang sehingga adanya interaksi terjadi terus menerus, jadi tindakan tersebut seseorang lakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan akan menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya agar bisa tercapai tujuan tersebut.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan hasil penelitian mengenai penelitian yang dilakukan pada pasar tradisional di Balongpanggung Gresik, dengan menggunakan berbagai macam metode atau teknik dalam pengambilan data yang diperoleh, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelebihan dari berbelanja di sosial media atau berbelanja online salah satunya yaitu seperti kenyamanannya pada saat berbelanja, banyak potongan harga, pembeli tanpa perlu datang ke tempat pedagang, barang bisa dipesan kapan saja dan sewaktu-waktu, banyak model pakaian dari segala bentuk yang ditawarkan, pembelian dilakukan tanpa mengenal batas waktu dan tanpa dikejar waktu tutup dibandingkan berbelanja di pasar tradisional. Kelebihan itulah yang membuat para pembeli atau para konsumen lebih memilih berbelanja di pedagang online seperti Shopee dan melalui instagram dari pada pasar tradisional. Kelebihan tersebut membuat penurunan terhadap perolehan laba para pedagang pasar tradisional.
2. Para pedagang pasar tradisional berupaya memberikan yang terbaik untuk para pembeli atau para konsumen agar mereka mau berbelanja kembali pada toko atau kios mereka, contohnya seperti memberikan pelayanan yang baik, ramah, sopan terhadap para pembeli, berusaha untuk memahami apa yang diinginkan para pembeli, melayani dengan cepat, saling berinteraksi, kebersihan dalam pasar, jalan yang tidak becek lagi, diberikan atap bagian jalanan pasar, tempat berdagang yang

luas agar para pembeli tidak berdesakan. Semua kualitas tersebut dilakukan agar para pembeli merasa puas dengan sarana dan prasarana yang ada dipasar tradisional dan tetap bertahan untuk berbelanja di pasar tradisional dari pada sosial media meskipun kepraktisan pada sosial media atau membeli online lebih baik dari pada pasar tradisional.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada pedagang pasar tradisional yang ada di Pasar Balongpanggung Gresik dapat dinyatakan menurunnya jumlah pembeli yang berbelanja bukan saja akibat dari adanya *online* shop yang terus berkembang. Penurunan jumlah pembeli juga dipicu karena daya beli masyarakat yang kian melemah. Meskipun pada saat ini masyarakat kita adalah masyarakat konsumsi, namun tidak dari keseluruhan masyarakat berubah menjadi masyarakat konsumsi. Dari hasil penelitian pembeli berbelanja sesuai kebutuhan, namun tidak sedikit juga pembeli yang berbelanja karena permintaan konsumen langsung karena pembeli menjual kembali barang dalam jumlah kecil dan pembayaran cicilan. Dengan adanya pembeli yang akan menjual kembali barang kepada konsumen langsung pakai membuat para pedagang tetap dapat bertahan

Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi lebih dalam lagi terkait laba pedagang pasar tradisional. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak informan penelitian yang akan digunakan, sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya, dan untuk penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Boone, L., & Kurtz, D. (2012). Pengantar Bisnis Kontemporer. Jakarta: Salemba Empat
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Daniel Suryadarma et. al. 2007. (Lembaga Penelitian SMERU), "Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia". Jakarta: Lembaga Penelitian SMERU, dalam www.smeru.or.id, diakses 15 Juni 2021.
- Data Strategis BPS 2020 - Badan Pusat Statistik (2020). Tersedia pada [www.bps.go.id/65tahun/data_strategis_2020 .pdf](http://www.bps.go.id/65tahun/data_strategis_2020.pdf). Diakses pada 15 Juni 2021

- Foster, Bob. 2017. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI). Volume 5, No. 1, Hal. 68 - 76 ISSN 2088-4877 68
- Hastanto.web.id. Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli (<https://www.hestanto.web.id/online-shop/amp> diakses tanggal 15 Juni 2021)
- Horngren, dkk. 2008. Akuntansi Biaya. Jakarta: Erlangga.
- Hit, M Dkk. 2001. Manajemen strategis daya saing & globalisasi. Jakarta: Salemba Empat
- J.Melong, Lexy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Manalo, Herman 2011. Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Manihuruk , Mona Lusiana BR. 2013. Strategi Bertahan Pelaku Sektor Informal: Peran Modal Sosial Migran Pedagang Kaki Lima di Sekitar Kebun Raya Bogor. (diakses tanggal 17 Oktober 2021)
- Muhammad Zulfikar. (2014). Strategi Bertahan Pedagang Batu Cincin Pasar Raya Kota Padang. Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI.
- Maranatha, Novia (2016). Strategi Pedagang Toko Tradisional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usahanya Ditengah Aktivitas Ritel Modern. Universitas Jember.
- Oniwati, Asmie. 2008. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Pramudyo, A. (2014). Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta. Jurnal Bisnis, Manajemen, & Akuntansi, 11(1).
- Purnastuti, Losina. 2004. "Perdagangan Elektronik: Suatu Bentuk Pasar Baru Yang Menjanjikan" dalam Ekonomi & Pendidikan Volume 1. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purwanto, W. (2012). Analisa Persaingan Antara Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Studi Kasus Di Kawasan Ciledug Tangerang. Jurnal MIX, 5(3), 113– 124.
- Ridwan Harina, Masrul, Juhaepa. 2018. Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard. Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo, Kendari Vol 1 No 1, Hal 99-108.

- Saleh, Moch & Sukaris, S. (2018). Corporate Social Responsibility (Best Practice di PT PJB Gresik). Gresik. UMG Press
- Santoso, Rahmat Agus & Anita Handayani. (2018). Manajemen Keuangan: keputusan keuangan jangka panjang, Gresik: UMG Press
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97-115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>
- Sugiyono, (2016), Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kaulitatif, dan R&D, CV. Alfabeta, Bandung, 127.
- Tobing, Mona. 16 April 2018. Persaingan Belanja Konvensional dengan Online Kian Sengit. Alinea.id <https://www.alinea.id/bisnis/persaingan-belanjakonvensional-dengan-online-kian-sengit-b1Ux39bc>. Diakses tanggal 17 September 2021)
- Ujang Sumarwan.2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wicaksono. (2011). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak. Universitas Diponegoro: Semarang
- Widiandra, D. O., & Sasana, H. (2013). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional. *Diponegoro Journal of Economics*, 2, 1-6.