

**Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online  
Shop di Masyarakat  
(Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

**Disusun oleh :  
Dedy Tri Wicaksono**

**20107020056**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online  
Shop di Masyarakat  
(Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

**Disusun oleh :  
Dedy Tri Wicaksono**

**20107020056**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedy Tri Wicaksono  
Nim : 20107020056  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Sosiologi  
Alamat Rumah : Klodran DK. Ngringingan RT 01 Palbapang, Bantul

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya ajukan ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 31 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Dedy Tri Wicaksono  
20107020056

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp :-

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dedy Tri Wicaksono

NIM : 20107020056

Prodi : Sosiologi

Judul : Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online Shop di Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)

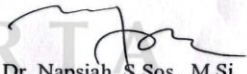
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 31 Juli 2024

  
Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19721018 20051 2 002

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1240/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online Shop di Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEDY TRI WICAKSONO  
Nomor Induk Mahasiswa : 20107020056  
Telah diujikan pada : Kamis, 22 Agustus 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 66cbf818a5403



Penguji I

Dr. Muryanti, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 66c96abccbfff



Penguji II

Nisrina Muthahari, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 66cbbc23858ba



Yogyakarta, 22 Agustus 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 66cbfffc28e68

## MOTTO

**“Semua butuh proses dan tidak bisa Sak Dheg Sak Nyet, maka dari itu perjuangkanlah semampu kita dan rayakan setelah berhasil menggapainya”**

-Dedy Tri W

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.**

**Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”**

(Q.S. Al-Insyirah, 94 : 5-6)

**“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”**

(Q.S. Ar-Ruum : 60)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang saya tercinta, Bapak Musdiyo dan Ibu Sukliyem atas segala dukungan, doa, nasihat, kesabaran dan semangat yang diberikan kepada saya. Untuk kakak saya Duwi Febriyanto dan Ira Dwi Yuliarni yang selalu memberikan motivasi, membagikan pengalaman, dan doa-doa yang pastinya sangat membantu kelancaran proses skripsi saya. Keponakan saya tercinta Aretha Putri Rahmadhisa yang selalu menjadi hiburan saat penulis sedang lelah dengan semua hal. Tidak lupa kepada teman-teman Sosiologi angkatan 2020 yang selalu menjadi penyemangat, saat melihat teman seperjuangan telah menyelesaikan proses skripsi ini dan teman-teman terdekat saya yang selalu support untuk segera menyelesaikan tulisan ini.

Untuk Dosen Pembimbing Skripsi saya, Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si yang sangat sabar membimbing proses skripsi saya dari awal sampai akhir, serta seluruh dosen Sosiologi yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan Strata-1.

Kepada semua orang yang selalu bertanya “Kapan Skripsimu Selesai?”.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online Shop di Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)”.

Tidak lupa sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung dan Nabi pilihan segala umat yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah kelak. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengakui bahwa penulisan ini tidak lepas dari berbagai pihak yang senantiasa mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



4. Bapak Agus Saputro, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu aktif memberikan informasi tentang prodi Sosiologi.
5. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti dalam berproses dan menyusun skripsi ini dari awal sampai akhir.
6. Kepada kedua orang tua saya Bapak Musdiyo dan Ibu Sukliyem yang selalu mendoakan, memberikan support baik dari materil maupun immateril.
7. Semua dosen prodi Sosiologi yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
8. Lurah Pasar Bantul Bapak Rohadi yang telah mengizinkan penelitian mencari data dan melakukan wawancara dilokasi tersebut.
9. Kepada seluruh informan yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dan memberikan informasi secara jelas pada peneliti.
10. Semua teman-teman Sosiologi angkatan 2020 yang telah kebersamai peneliti dan menjadi acuan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Kepada semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu dalam pengantar ini, terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada seseorang yang belum bisa dituliskan namanya secara jelas disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untuk penulis, terima kasih sudah menjadi sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan tulisan ini sebagai salah

satu upaya dalam memantaskan diri. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.

13. Terakhir kepada diri saya sendiri yang telah bertahan hingga saat ini, disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri. Terimakasih sudah mau menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit serta menyelesaikan semua ini. Terimakasih sudah bertahan dan tidak menyerah sesulit apapun proses skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin walaupun sedikit terlambat dari rencana awal.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu apabila terdapat banyak kesalahan dalam penulisan penulis memohon maaf serta mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan bahan referensi pengembangan kearah yang lebih baik. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Aamin.

Yogyakarta, 25 Juli 2024

Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Dedy Tri Wicaksono  
NIM. 20107020056

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
E. Kajian Pustaka .....	10
F. Landasan Teori.....	21
1. Eksistensi Pedagang Offline .....	21
2. Online Shop.....	22
3. Teori Modal Sosial.....	23
G. Metode Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Sumber Data.....	28
3. Lokasi Penelitian.....	28
4. Subyek Penelitian.....	29
5. Teknik Penentuan Informan.....	29
6. Teknik Pengumpulan Data.....	30
7. Metode Analisis Data.....	32
H. Sistematika Penulisan .....	33
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Gambaran Lokasi Secara Administratif.....	35
B. Sejarah dan Gambaran Umum Pasar Bantul .....	36
C. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	39

<b>BAB III STRATEGI BERDAGANG DI PASAR BANTUL.....</b>	<b>44</b>
A. Strategi Pedagang Offline Pakaian.....	44
B. Dampak Pedagang Melakukan Upaya Strategi Menarik Pelanggan.....	54
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI BERDAGANG DI PASAR BANTUL .....</b>	<b>61</b>
A. Analisis Strategi Pedagang Pakaian Offline Pasar Bantul Dikaitkan Dengan Teori Modal Sosial.....	61
B. Posisi Peneliti dengan Dielaborasikan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>
<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>91</b>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 : Pembagian Segmen Pasar Bantul.....	37
Tabel 1. 2 : Fasilitas Pasar Bantul.....	37
Tabel 1. 3 : Identitas Singkat Informan.....	39
Tabel 1. 4 : Pendapatan Pedagang Pasca Covid dan Online Shop.....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Pasar Bantul .....	86
Gambar 1. 2 : Peneliti sedang melakukan observasi.....	87
Gambar 1. 3 : Peneliti sedang melakukan observasi.....	87
Gambar 1. 4 : Wawancara dengan Lurah Pasar .....	88
Gambar 1. 5 : Wawancara dengan Ibu Tini .....	88
Gambar 1. 6 : Wawancara dengan Ibu Sri Partini.....	89
Gambar 1. 7 : Wawancara dengan Ibu Sri Hatni .....	89
Gambar 1. 8 : Wawancara dengan Ibu Parjiyah.....	90
Gambar 1. 8 : Wawancara dengan Ibu Novi.....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Wawancara Informan Pedagang Offline .....	79
Lampiran 2: Pertanyaan Wawancara Lurah Pasar Bantul.....	82
Lampiran 3: Lembar Bimbingan Skripsi.....	85





## ABSTRAK

Pasar Bantul merupakan pasar induk di Kabupaten Bantul dengan jumlah pedagang mencapai 1.782 orang. Modernisasi dan perkembangan teknologi telah meningkatkan penggunaan internet dan kemunculan *online shop* yang berdampak pada penurunan jumlah permintaan dan pendapatan pedagang khususnya pakaian pasar Bantul. Akan tetapi adanya nilai-nilai sosial dan budaya Jawa yang masih kuat bagi masyarakat Bantul memberikan peluang bagi pedagang untuk tetap eksis berjualan. Nilai sosial budaya ini terkait nilai kekeluargaan, yang menjadikan pasar tradisional sebagai sarana silaturahmi, adanya rasa belas kasih sehingga ada metode pembayaran cicilan dan sistem transaksi yang lebih memilih secara tradisional atau cash. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pedagang *offline* di Pasar Bantul dalam menghadapi persaingan dengan *online shop*. Analisis penelitian ini dengan teori modal sosial Pierre Bourdieu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan 7 pedagang pakaian dan 1 lurah pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran penting dalam strategi bertahan hidup pedagang. Melalui jaringan sosial, pedagang dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan, mendapatkan informasi penting tentang tren pasar, dan mengakses sumber daya yang mendukung keberlanjutan usaha mereka. Selain itu strategi yang digunakan dengan pemberian diskon khusus. Diskon ini seperti pemberian *cashback* diakhir transaksi. Kemudian meningkatkan kualitas produk dan layanan. Cara ini dilakukan dengan menjamin produk yang dijual selalu baru dan tidak cacat. Sistem pembayaran cicilan, strategi ini dimisalkan pelanggan boleh melakukan pembayaran separuh harga terlebih dahulu, sisanya boleh dibayar diwaktu lain sesuai kesepakatan. Strategi penawaran produk unik yang sulit ditemukan di toko online, seperti pakaian dari daur ulang barang bekas. Strategi mengikuti trend atau fashion, yaitu mengikuti permintaan pelanggan dan melihat model atau gaya yang sedang digemari. Strategi kolaborasi dengan pedagang lain, seperti promosi bersama, menjualkan produk pedagang lain dan saling menjaga lapak ketika ditinggal ibadah.

Modal sosial terdiri dari tiga komponen yaitu kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma (*norms*). Dari analisis menggunakan teori modal sosial milik Pierre Bourdieu ditemukan bahwa adanya kepercayaan, norma yang diterapkan, serta jaringan sosial yang terlembaga dan berlangsung secara terus menerus akan memberikan dukungan kolektif bagi pedagang. Dimana dengan ini akan membentuk ikatan sosial antara pedagang dan pembeli, yang menjadi alat penting dalam melancarkan dan mempertahankan usaha mereka.

Kata Kunci : *Pedagang Offline, Online Shop, Modal Sosial, Strategi*

## ABSTRACT

Bantul Market is the main market in Bantul Regency with the number of traders reaching 1,782 people. Modernization and technological developments have increased the use of the internet and the emergence of online shops which has had an impact on decreasing the number of requests and income of traders, especially clothing at the Bantul market. However, the existence of Javanese social and cultural values that are still strong among the people of Bantul provides an opportunity for traders to continue selling. These socio-cultural values are related to family values, which make traditional markets a means of friendship, a sense of compassion so that there is an installment payment method and a transaction system that prefers traditional or cash. This research aims to find out the strategies used by offline traders in Bantul Market in facing competition with online shops. Analysis of this research using Pierre Bourdieu's social capital theory. The research method used is a qualitative method with a case study approach. Data was collected through observation and in-depth interviews with 7 clothing traders and 1 market head.

The research results show that social capital plays an important role in traders' survival strategies. Through social networks, merchants can build trust with customers, gain important information about market trends, and access resources that support the sustainability of their businesses. Apart from that, the strategy used is to provide special discounts. This discount is like giving cashback at the end of the transaction. Then improve the quality of products and services. This method is done by guaranteeing that the products sold are always new and without defects. Installment payment system, this strategy assumes that customers can pay half the price first, the rest can be paid at another time according to the agreement. Strategy for offering unique products that are difficult to find in online stores, such as clothing from recycled used goods. The strategy of following trends or fashion, namely following customer requests and looking at models or styles that are currently popular. Collaboration strategies with other traders, such as joint promotions, selling other traders' products and looking after each other's stalls when they are away from worship.

Social capital consists of three components, namely trust, networks and norms. From analysis using Pierre Bourdieu's theory of social capital, it was found that the existence of trust, applied norms, and institutionalized and ongoing social networks will provide collective support for traders. This will form a social bond between traders and buyers, which is an important tool in launching and maintaining their business.

**Keywords:** *Offline Traders, Online Shop, Social Capital, Strategy*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli. Menurut Prianto, pasar diartikan sebagai tempat berkumpul sekaligus melakukan aktivitas tawar-menawar hingga menciptakan kesepakatan harga. Dengan adanya pasar ini akan terjadi aktivitas pertukaran barang, jasa, informasi dan bentuk-bentuk sosial lainnya, hingga pada akhirnya akan membentuk budaya pergaulan seseorang.<sup>1</sup>

Pasar sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional diartikan sebagai tempat untuk melakukan jual beli secara sederhana yang biasanya ditandai dengan tawar menawar dan metode pembayaran menggunakan uang tunai.<sup>2</sup> Sedangkan pasar modern diartikan sebagai aktivitas penjual dan pembeli yang tidak bertransaksi secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode) dan pelayanannya dilakukan secara mandiri.<sup>3</sup>

Pasar Bantul merupakan pasar induk yang berada di wilayah Kabupaten Bantul. Pasar ini buka selama 24 jam dan setiap detiknya tidak pernah lepas dari transaksi jual beli. Berdasarkan data pada tahun 2023, Pasar Bantul memiliki jumlah

---

<sup>1</sup> Pheni Chalid, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Center for Social Economics Studies(CSES) Press, 2009), h. 42.

<sup>2</sup> Syihabudin, (2021). '*Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tujuh Belas Agustus 1945*'.

<sup>3</sup> Gani, M. (2018). Pengelolaan Pasar Tradisional dalam Sinergitas Pasar Modern di Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 1(1), 57-66.

pedagang sekitar 1.578 Pedagang. Jumlah pedagang Kios sebanyak 198 pedagang, pedagang Los 1.078 pedagang, dan pedagang Arahana sebanyak 301 pedagang.<sup>4</sup> Khusus pedagang *offline* pasar Bantul yang menjual pakaian atau fashion biasanya membuka kios mereka untuk berdagang mulai pukul 8 pagi sampai 3 malam. Namun banyak yang masih membuka kiosnya sampai jam 8 malam bagi yang kiosnya di depan atau di dekat jalan raya.

Era modernisasi saat ini berkembang begitu pesat. Internet telah menjadi bagian penting yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan masyarakat. Saat ini penggunaan internet telah menjangkau ke berbagai kalangan baik pelajar, anak-anak, orang dewasa, maupun orang yang sudah lanjut usia.<sup>5</sup> Bahkan program kerja yang dicanangkan oleh calon presiden adalah program internet gratis. Dengan ini apabila nanti program ini bisa berjalan membuat masyarakat tidak akan lepas dari penggunaan internet.

Salah satu bentuk dari modernisasi adalah perkembangan teknologi yang semakin canggih. Adanya teknologi ini antara masyarakat satu dengan yang lainnya sudah tidak ada jarak lagi saat melakukan komunikasi.<sup>6</sup> Dalam konteks industri perdagangan, kecanggihan teknologi tentunya memberikan dampak yang sangat

---

<sup>4</sup> Dinas koperasi usaha kecil dan menengah perindustrian dan perdagangan, *Rakernis Pengelolaan Pasar Kabupaten Bantul*, 2023.

<sup>5</sup> Dian Eka Sari, Rudy Handoko, dan Achluddin Ibnu Rochim, *Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto)*, UNTAG Surabaya (2018), h. 2.

<sup>6</sup> Agung Nuegroho, *Teknologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 3.

signifikan yaitu munculnya pasar berbasis online atau biasa dikenal dengan *online shop*.

Fenomena belanja di toko online atau *online shop* merupakan sesuatu yang sedang digemari oleh sebagian masyarakat. Alasan masyarakat lebih memilih berbelanja melalui *online shop* karena adanya berbagai kemudahan yang ditawarkan.<sup>7</sup> Selain itu masyarakat menganggap barang yang dijual di *online shop* lebih murah daripada pasar tradisional, supermarket, maupun mall. Bahkan masyarakat merasa memiliki banyak kesempatan untuk menentukan pilihannya ketika berbelanja secara online, karena bisa mengunjungi berbagai toko hanya dalam satu waktu saja.<sup>8</sup> Keunggulan lainnya dari *online shop* adalah munculnya digital payment atau pembayaran secara digital. Dengan adanya digital payment ini menjadi faktor daya tarik tersendiri dari *online shop* dan tentunya akan menguntungkan para pelaku bisnis dalam menarik konsumen.<sup>9</sup>

Hadirnya *online shop* ditengah kehidupan masyarakat yang serba modern tentunya akan berdampak pada menurunnya jumlah permintaan barang di pasar tradisional dan secara tidak langsung akan menurunkan pendapatan pedagang di pasar tradisional itu sendiri. Hal ini senada yang disampaikan oleh Agus Sulistiyono

---

<sup>7</sup> Desti Rohini, Skripsi: *Pengaruh Belanja Onlien di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018), h. 3.

<sup>8</sup> Rizki Widiaputri, *Konstruksi Sosial Konsumen Mengenai Platform Belanja Online Shopee (Pola Konsumsi pada Mahasiswi Milineal Surabaya)*, IR-Pepustakaan Universitas Airlangga, (2018), h. 3.

<sup>9</sup> Muhammad Ridwan, *Keputusan Pembelian melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*, j-EBIS, Vol. 3 No. 2 (2018), h. 133-134.



selaku Kepala Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Bantul, bahwa kondisi pasar yang mengalami penurunan jumlah pengunjung akan membuat eksistensi pedagang terganggu.<sup>10</sup> Dengan eksistensi yang menurun ini membuat pedagang di pasar tradisional semakin terancam, apabila tidak segera diatasi akan mengakibatkan kebangkrutan. Menurut Bapak Bupati Bantul saat mengisi sambutan pada acara sosialisasi pengelolaan pasar rakyat, bahwa cara untuk menghadapi persaingan *online shop* bisa dilakukan dengan usaha keras dan kreatif, juga jangan lupa untuk selalu beribadah dan berdoa.<sup>11</sup>

Kondisi pedagang *offline* pasar Bantul mengalami penurunan, baik dari segi konsumen maupun pendapatan ini dimulai sejak pandemi Covid-19 melanda wilayah Indonesia. Merujuk hasil penelitian Firda Anisah, dampak yang timbul akibat pandemi Covid-19 bagi pedagang pasar Bantul adalah menurunnya daya pembeli, kondisi pasar Bantul yang menjadi sepi, adanya kebijakan yang membatasi operasional atau jam buka pasar, distribusi terhambat, dan stok dagangan yang berkurang.<sup>12</sup> Selain faktor Covid-19, penurunan pendapatan maupun konsumen di pasar Bantul ini dipengaruhi oleh *online shop* yang semakin diminati oleh masyarakat khususnya di daerah Kabupaten Bantul. Hal ini disampaikan oleh Zona Paramitha selaku Kepala Bidang Sarana DKUKMPP Bantul, bahwa saat ini banyak

---

<sup>10</sup> <https://yogyapos.com/berita-pasar-di-bantul-mengalami-penurunan-jumlah-pengunjung-akibat-bisnis-online--11849>

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Firda Diba Fauzia Anisah, 'Ketahanan Pedagang Pasar Selama Pandemi Covid-19 Di Pasar Bantul, Kabupaten Bantul Provinsi DI Yogyakarta', *Journal of Socio-Cultural Sustainability and Resilience*, 1.1 (2023), 14–31 <<https://doi.org/10.61511/jscsr.v1i1.2023.234>>.

konsumen yang beralih untuk membeli barang lewat online. Selain itu daya beli konsumen pasar tradisional di Kabupaten Bantul mengalami penurunan sekitar 30 persen seiring adanya perkembangan teknologi.<sup>13</sup> Menurut beliau sangat sedikit masyarakat yang mau membeli produk pakaian dan oleh-oleh di pasar tradisional karena lebih memilih menggunakan *online shop*.<sup>14</sup>

Dari hasil wawancara dengan lurah Pasar Bantul Bapak Rohadi, bahwa untuk saat ini jumlah pedagang pakaian mengalami penurunan yang signifikan. Menurutnya hal ini dipengaruhi oleh kemunculan *online shop* dan adanya pandemi covid-19. Adanya pengaruh itu membuat konsumen pada sekmen pakaian menjadi sepi. Jumlah pedagang pakaian yang dulunya 251 pedagang yang mempunyai los dan kios, untuk saat ini menurun sekitar 60 sampai 65 persen pedagang yang masih aktif berjualan setiap hari.<sup>15</sup> Para pedagang pakaian yang tutup itu biasanya hanya buka saat menjelang lebaran Idul Fitri dan pada hari libur tanggal merah saja.

Secara geografis wilayah Kabupaten Bantul khususnya daerah pasar tradisional Bantul bisa dikatakan semi perkotaan. Akan tetapi walaupun sudah menuju wilayah perkotaan atau masyarakat modern, masyarakat Bantul secara turun-temurun masih berpegang teguh pada adat dan budaya Jawa yang adiluhung.<sup>16</sup> Disini nilai-nilai sosial masih dipertahankan dalam aktivitas mereka sehari-hari.

---

<sup>13</sup> <https://jogja.tribunnews.com/2023/11/17/kunjungan-dan-daya-beli-masyarakat-di-sejumlah-pasar-tradisional-di-bantul-turun-30-persen>

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Wawancara dengan lurah Pasar Bapak Rohadi

<sup>16</sup> B A B Iv and others, 'Tinjauan Wilayah', 2005, 52–73.



Dalam konteks perdagangan *offline*, nilai sosial seperti nilai keakraban bisa muncul ketika adanya aktivitas tawar menawar antara penjual dan pembeli.<sup>17</sup>

Adanya nilai-nilai sosial yang muncul pada saat melakukan transaksi di pasar tradisional, seperti interaksi langsung, sistem pembayaran yang masih dilakukan secara cash serta pasar tradisional memiliki keanekaragaman fungsi yang tidak bisa ditemui di pasar online, sudah semestinya pasar tradisional harus dilestarikan. Hal ini karena menjadi ciri khas budaya masyarakat di Kabupaten Bantul walaupun wilayahnya sudah semi perkotaan akan tetapi masih mencirikan masyarakat desa. Ciri dari masyarakat desa ini biasanya tidak bisa lepas dari pasar tradisional. Hal ini karena di masyarakat adanya perbedaan kelas sosial dan biasanya masyarakat kelas menengah kebawah lebih memilih pasar karena bisa menawar harga. Selain itu alasan masyarakat memilih pasar tradisional karena pasar Bantul berada di pusat kota sehingga mudah untuk dijangkau. Adanya faktor geografis dan faktor budaya masyarakat yang masih memegang nilai-nilai sosial tentunya menjadi modal awal pedagang *offline* pasar Bantul untuk tetap mempertahankan sistem berjualan mereka secara tradisional disamping strategi lainnya dalam menghadapi *online shop*.

Pemerintah Kabupaten Bantul sebenarnya sudah melakukan berbagai upaya untuk melindungi dan menjaga eksistensi pedagang tradisional. Upaya ini dilakukan dengan menekan dan membatasi izin pendirian toko berjejeran atau modern di

---

<sup>17</sup> Prihatno Prihatno, 'Kajian Revitalisasi Pasar Pleret Kabupaten Bantul', *Media Wisata*, 14.2 (2021) <<https://doi.org/10.36276/mws.v14i2.252>>.

wilayah Kabupaten Bantul. Ketentuan ini tertuang dalam Peraturan Bupati Bantul Nomor 12 Tahun 2010 tentang Penataan Toko Modern di Kabupaten Bantul.<sup>18</sup> Dimana dalam peraturan ini diatur jarak antar toko modern minimal 1 kilometer. Tujuan penataan ini untuk melindungi dan menjaga keseimbangan antara toko modern dan pasar tradisional. Disini kategori yang diizinkan pendiriannya hanya toko seperti supermarket bukan toko besar seperti mall, supermall, maupun plaza. Dengan adanya peraturan ini sangat sedikit di wilayah Kabupaten Bantul kita bisa menemui toko modern seperti Alfamart dan Indomaret. Meskipun laju toko modern di wilayah Kabupaten Bantul sudah bisa diatasi, akan tetapi yang menjadi masalah bagi pasar tradisional adalah laju perkembangan *online shop* yang semakin masif dan marak digemari oleh masyarakat. Disini *online shop* diibaratkan sebagai sesuatu yang sulit diatur dalam hal kemunculannya, karena belum adanya UU tentang larangan jual beli online, dalam penelitian ini khusus yang menjual konveksi atau fashion.

Kemudian berdasarkan wawancara awal peneliti sebelum menulis penelitian ini, menurut salah satu narasumber Ibu Sarinah (pedagang pakaian), salah satu cara bersaing dengan *online shop* dan menarik konsumen adalah dengan menjamin kualitas produk mereka.<sup>19</sup> Menurut beliau yang sudah berjualan di pasar Bantul sejak sebelum pasar dilakukan revitalisasi pada tahun 2013 ini, melakukan cara

---

<sup>18</sup>[https://dpmpstp.bantulkab.go.id/ppid/dokumen/files/regulasi\\_izin/Perbup\\_Bantul\\_No.\\_98\\_Tahun\\_2019\\_Tentang\\_Tata\\_Cara\\_Penyelenggaraan\\_Toko\\_Swalayan\\_dan\\_Pusat\\_Perbelanjaan.pdf](https://dpmpstp.bantulkab.go.id/ppid/dokumen/files/regulasi_izin/Perbup_Bantul_No._98_Tahun_2019_Tentang_Tata_Cara_Penyelenggaraan_Toko_Swalayan_dan_Pusat_Perbelanjaan.pdf)

<sup>19</sup> Wawancara dengan narasumber Ibu Sarinah

tersebut karena banyak ditemukan konsumen yang lebih suka memilih barang belanjaan secara langsung, dengan dalih agar bisa mengetahui kualitas produknya. Hal ini karena kalau beli di toko online terkadang tertipu dengan barang yang datang tidak sesuai dengan foto yang dijadikan sampel produk mereka. Dengan adanya pandangan itu membuat Ibu Sarinah terus menjaga kualitas produknya, dengan harapan pembeli yang membeli barang di kiosnya berharap suatu saat nanti bisa kembali membeli dagangannya lagi setelah mengetahui produk beliau berkualitas.

Munculnya berbagai masalah yang dihadapi oleh pedagang *offline* Pasar Bantul, seperti menurunnya jumlah pembeli dan fenomena *online shop* yang semakin diminati oleh masyarakat, namun disatu sisi daerah Kabupaten Bantul terdapat perbedaan kelas sosial karena belum semua wilayah bisa dikatakan perkotaan. Dengan ini tentunya ada ruang bagi para pedagang pakaian *offline* untuk menyusun strategi menghadapi pasar online dengan target market mereka bisa ke golongan kelas menengah ke bawah. Maka dari itu, membuat peneliti tertarik untuk mengkaji terkait strategi yang akan digunakan oleh pedagang *offline* khususnya di Pasar Bantul agar dagangannya tetap bersaing dan para pedagang tersebut tetap eksis berjualan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi apa yang digunakan oleh para pedagang offline di Pasar Bantul untuk tetap eksis berdagang di tengah perkembangan online shop di masyarakat.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui upaya dan strategi yang digunakan oleh pedagang *offline* di Pasar Bantul supaya tetap eksis berdagang di tengah perkembangan *online shop* di masyarakat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan akan mampu;

- a. Mampu memberikan sumbangsih di bidang keilmuan sosiologi khususnya rumpun sosiologi ekonomi.
- b. Mampu memberikan manfaat untuk tambahan wawasan ilmu pengetahuan bagi para civitas akademika.
- c. Mampu memberikan sebuah gambaran bagi para pedagang tradisional terkait strategi dalam menghadapi persaingan dengan Online Shop agar para pedagang tersebut tetap eksis dalam berdagang.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan secara praktis mampu;

- a. Memberikan informasi bagi para pedagang tradisional dalam menghadapi online shop.
- b. Memberikan tambahan informasi bagi pengelola pasar untuk selalu menjadikan pasar tradisional bersih, nyaman dan menarik supaya konsumen kembali berbelanja di pasar tradisional.

- c. Memberikan masukan bagi pemerintah Kabupaten Bantul untuk melakukan revitalisasi atau membenahi infrastruktur pasar yang sudah rusak, seperti tempat cuci tangan dan lain sebagainya

## **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan untuk melaksanakan penelitian. Kajian pustaka memberikan informasi dasar rujukan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Tujuan dari kajian pustaka adalah supaya tidak terjadi pengulangan penelitian sebelumnya. Maka dari itu, disini peneliti paparkan judul penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti terdahulu;

*Pertama*, Jurnal yang ditulis oleh Dewi Ayu Hidayati, Siti Habibah, dan Yuni Ratnasari Jurusan Sosiologi Universitas Lampung dengan judul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)”.<sup>20</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan strategi yang dilakukan para pedagang untuk bertahan hidup pada saat pandemi dilakukan dengan empat strategi yaitu (strategi aktif) dilakukan dengan menjaga kualitas dagangan dan memberi diskon, (strategi pasif) dilakukan dengan menghemat pengeluaran, (strategi jaringan) dilakukan dengan meminjam modal kepada Bank maupun kerabat, dan (strategi kebiasaan baru) dilakukan dengan mentaati protokol kesehatan saat berdagang. Penelitian ini

---

<sup>20</sup> Dewi Ayu Hidayati and others, ‘Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pedagang Kecil Di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)’, *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 24.1 (2022), 39–56

dengan penelitian terdahulu memiliki kesamaan terkait konteks strategi yang pedagang lakukan dalam menghadapi sebuah ancaman, akan tetapi penelitian ini lebih berfokus pada strategi bertahan dalam menghadapi bisnis online, sedangkan penelitian terdahulu lebih berfokus untuk bertahan dalam masa pandemic covid-19. Dengan ini, hasil dari penelitian ini nantinya tidak akan terjadi pengulangan penelitian terdahulu.

*Kedua*, Jurnal yang ditulis oleh Emaya Kurniati, Anitiyo Soelistiyono, dan Teguh Ariefiantoro Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dengan Judul “Strategi Bertahan di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah)”<sup>21</sup>. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh Bu Yuli dalam menghadapi persaingan dagang dengan toko modern adalah melakukan perubahan pada kebijakan produk, kebijakan harga, dan kebijakan tempat. Pada perubahan kebijakan produk, Bu Yuli melakukan penambahan produk atau variasi produk. Kemudian pada kebijakan harga, disini Bu Yuli sangat berhati-hati dalam menentukan harga. Sedangkan dalam hal kebijakan tempat, lokasi toko Bu Yuli strategis dan dekat dengan rumah calon pembeli, ini menjadi senjata atau keunggulan tersendiri bagi Bu Yuli, karena toko Bu Yuli sangat mudah diakses oleh calon pembeli. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan

---

<sup>21</sup> Emaya Kurniawati, Anitiyo Soelistiyono, dan Teguh Ariefiantoro, (*Strategi Bertahan di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah)*), Universitas Semarang (2018), h. 13-15.



berlangsung yaitu terkait fokus penelitian. Peneliti sebelumnya lebih berfokus pada strategi yang dilakukan oleh pedagang toko tradisional ditengah pasar modern sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi bertahan pedagang pasar tradisional di tengah berkembangnya *online shop* dan bagaimana pedagang tersebut bisa tetap eksis berjualan. Dari perbedaan tersebut membuat peneliti memiliki ruang untuk meneliti terkait masalah ini.

*Ketiga*, Jurnal yang ditulis oleh Omta Purba mahasiswa Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Buku di Terminal Senen, Provinsi DKI Jakarta”.<sup>22</sup> Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa para pedagang buku di terminal Senen masih tetap optimis bahwa kios untuk menjual buku-buku fisik masih bisa bersaing dipasaran. Akan tetapi disini mereka juga sudah mempertimbangkan sesuatu hal atau meminimalisir risiko yang tidak diinginkan, berdasarkan hasil penelitian mereka juga melakukan strategi sistem penjualan dengan mengkolaborasikan metode pemasaran dan perdagangan secara online. Namun disamping itu para pedagang masih mempertahankan berjualan secara offline karena masih ada pelanggan yang mengaku lebih nyaman dan merasa puas ketika datang langsung dengan cara memilih dan apabila sesuai dengan selera nya buku fisik itu bisa didapatkan secara langsung tanpa menunggu beberapa hari apabila lewat online shop. Adapun kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu mengkaji

---

<sup>22</sup> Praktik Sosial and others, ‘Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik’, 2017, 89–104.



strategi yang digunakan para pedagang tradisional dalam menghadapi era digital, akan tetapi ada perbedaan yang diteliti bahwa penelitian terdahulu lebih fokus pada pedagang buku, sedangkan penelitian ini lebih luas cakupannya yaitu para pedagang konvensional yang berada di Pasar Bantul. Dengan dengan penelitian ini dengan terdahulu nantinya tidak tidak memiliki kesamaan baik dari segi tempat penelitian maupun objek narasumber yang diteliti karena penelitian terdahulu hanya berfokus pada pedagang buku saja.

*Keempat*, Jurnal yang ditulis oleh Sutrisno, Jamianto, dan Budi Andreanto Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso dengan judul “Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern”.<sup>23</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh toko pakaian Muslim Pasar Tradisional dalam menghadapi persaingan dengan toko pakaian Muslim Modern adalah dengan menjamin kualitas produk toko tersebut. Selain itu dengan cara meningkatkan pelayanan yaitu bersikap ramah terhadap calon pembeli dan menjaga kelengkapan barang di toko tersebut agar pembeli yang datang tidak kecewa kalau barang yang dicari tidak ada. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama mengkaji strategi dalam menghadapi toko modern, akan tetapi sedikit perbedaan bahwa penelitian terdahulu lebih berfokus pada toko pakaian muslim sedangkan penelitian

---

<sup>23</sup> Sutrisno Sutrisno, Jamianto Jamianto, and Budi Andreanto, ‘Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern’, *Yos Soedarso Economics Journal*, 3.1 (2021), 137–49

ini lebih luas atau secara keseluruhan yaitu strategi para pedagang konvensional di Pasar Bantul dalam menghadapi *online shop*. Dengan demikian peneliti masih memiliki ruang perbedaan untuk meneliti masalah ini.

*Kelima*, Jurnal yang ditulis oleh Ilham Fauzul Qodri dan Dema Tesniyadi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan judul “Analisis Strategi Pedagang Konvensional dalam era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang)”.<sup>24</sup> Hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulannya bahwa dengan hadirnya era modernisasi di kalangan masyarakat membuat pedagang konvensional di Pasar Royal Kota Serang mengalami penurunan pendapatan. Hal ini karena terciptanya pola belanja yang berubah dari konsumen, yaitu konsumen lebih memilih berbelanja secara online daripada pergi langsung ke pasar. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu untuk mengetahui strategi pedagang konvensional tetap bertahan di era modernisasi. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan terdahulu terletak pada kajiannya yaitu penelitian terdahulu selain membahas strategi juga untuk mengetahui dampak modernisasi bagi pedagang, sedangkan penelitian ini lebih spesifik yaitu strategi para pedagang konvensional dalam menghadapi *online shop*. Selain itu lokasi yang dikaji juga berbeda. Dengan ini, nantinya penelitian yang akan berlangsung ini masih memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu.

---

<sup>24</sup> Ilham Fauzul Qodri and Dema Tesniyadi, ‘Analisis Strategi Pedagang Konvensional Dalam Era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang)’, *Alsya*, 2.3 (2022), 400–409.

**Keenam**, Jurnal yang ditulis oleh Lifia Fitriana, Rinel Fitlayeni, dan Waza Karia Akbar Program Studi Pendidikan Sosiologi STKIP PGRI Sumatera Barat dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat)”.<sup>25</sup> Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pedagang konvensional agar bisa bertahan di era perkembangan pasar online adalah dengan mengikuti trend barang atau sesuai dengan permintaan pasar yang sedang update di masyarakat. Kemudian dengan meletakkan produk terbaru itu dibagian depan. Lalu dengan memberikan diskon dan meningkat jaringan sosial dengan calon pembeli. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan terdahulu yaitu sama-sama mengkaji strategi pedagang tradisional dalam menghadapi pasar online. Disini yang membedakan adalah tempat penelitian ini dilakukan.

**Ketujuh**, Skripsi yang ditulis Azky Afidah Mahasiswa Intitut Agama Islam Negeri Purwekerto Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)”.<sup>26</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat tiga strategi yang dilakukan

---

<sup>25</sup> Lifia - Fitriana, Rinel Fitlayeni, and Waza Karia Akbar, ‘Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat)’, *Horizon*, 1.3 (2021), 543–53

<sup>26</sup> ADAzka Afidah, Skripsi: *Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)*, (Purwekerto: Institut Agama Islam Negeri Purwekerto, 2021), h. 58

oleh pedagang pasar di Desa Jejeg pada saat pandemi covid-19 yaitu dengan strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Strategi aktif ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan maupun produk mereka, dan menambah jam operasional dari pagi hingga sore hari. Kemudian strategi pasif dilakukan dengan mengurangi persediaan komoditas yang mudah layu atau membusuk, seperti sayuran. Lalu strategi jaringan dilakukan dengan memberikan informasi kepada pembeli untuk membeli barang yang mereka butuhkan di rumah pedagang, dan menitipkan barang dagangannya di warung terdekat. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan berlangsung yaitu terkait fokus penelitian, dimana peneliti sebelumnya lebih berfokus pada strategi pedagang pada masa pandemi sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi bertahan pedagang pasar tradisional di tengah berkembangnya *online shop* dan bagaimana pedagang tersebut bisa tetap eksis berjualan.

*Kedelapan*, Jurnal yang ditulis oleh Nadila Farajane Alisya, Pudjo Suharso, Lisana Oktavisanti Mardiyana mahasiswa-mahasiswi Universitas Jember dengan judul “Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember”.<sup>27</sup> Hasil dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pedagang pakaian konvensional dengan melakukan strategi adaptasi. Strategi adaptasi ini

---

<sup>27</sup> Nadila Farajane Alisya and others, ‘Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember’, 2.2 (2022), 73–81.

dilakukan dengan adaptasi perilaku, adaptasi siasat, dan adaptasi proses. Contoh dari strategi ini dengan berperilaku jujur terhadap harga, sopan santun, memperhatikan kualitas barang, memberikan diskon, membuka lapak lebih pagi, mengikuti trend baju, dan menjalin hubungan baik dengan pembeli. Adapun perbedaan penelitian yang akan berlangsung dengan penelitian terdahulu adalah terkait persaingan yang dikaji. Penelitian terdahulu berfokus dalam menghadapi persaingan sesama pedagang konvensional di pasar tradisional, sedangkan penelitian ini berfokus pada cara menghadapi persaingan pembeli yang lebih suka berbelanja dengan platform *online shop* dan bagaimana caranya agar dagangan mereka di pasar tetap laku terjual dan terus eksis berjualan.

*Kesembilan*, Jurnal yang ditulis oleh Beni Dwi Komara dan Agus Prasetya Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik dengan judul "Kontruksi Sosial Pada Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Era Kompetisi Perdagangan Bebas".<sup>28</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa perlu dilakukan kontruksi sosial ulang bagi para pedagang tradisional. Hal ini karena dengan kehadiran pasar modern membuat penghasilan pedagang tradisional menjadi menurun. Selain itu, dengan adanya pasar modern bisa mengakibatkan pedagang tradisional gulung tikar dan pada akhirnya bisa meningkatkan angka kriminalitas. Adapun perbedaan penelitian ini dengan

---

<sup>28</sup> Beni Dwi Komara and Agus Prasetya, 'Kontruksi Sosial Pada Pedagang Tradisional Dalam Menghadapi Era Kompetisi Perdagangan Bebas ( Studi Kasus : Kehadiran Ritel Hancurkan Pedagang Tradisional Kota Madiun )', *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2.1 (2019), 1-8.

terdahulu adalah terletak pada fokus persaingan pasar. Pada penelitian terdahulu berfokus agar pasar tradisional bisa bertahan dalam menghadapi pasar modern, sedangkan pada penelitian ini berfokus cara pedagang konvensional di pasar Bantul agar dagangannya bisa terjual ditengah online shop yang digandrungi oleh masyarakat sebagai tempat belanja mereka.

*Kesepuluh*, Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Sururudin, Lasmawan, dan I Nengah Suastika Universitas Ganesha Indonesia, dengan judul “Pola Marketing Pedagang Tradisional di Era Disrupsi Ritel Modern”.<sup>29</sup> Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa semakin banyak ritel modern maka pedagang tradisional dituntut untuk bisa bersaing menghadapi pasar. Namun fakta di lapangan banyak pedagang yang bangkrut karena tidak tepat dalam berdagang dan strategi pemasarannya. Hanya ditemukan sebagian pedagang retail tradisional yang mampu bersaing dengan ritel modern. Strategi yang digunakan pedagang ritel tradisional agar tetap bersaing yaitu menjual dagangan yang tidak ada diritel modern, seperti telur asin, kripik singkong dan lain sebagainya. Adapun perbedaan penelitian ini dengan terdahulu yaitu letak lokasi penelitian dimana penelitian terdahulu meneliti para pedagang tradisional di wilayah desa Kelayu, sedangkan penelitian ini berada di sebuah pasar tradisional yaitu Pasar Bantul.

*Kesebelas*, Jurnal yang ditulis oleh Susilawati dkk mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Hamzanwadi, NTB dengan judul “Strategi Bertahan

---

<sup>29</sup> Muhammad Sururuddin, Lasmawan Lasmawan, and I Nengah Suastika, ‘Pola Marketing Pedagang Tradisional Di Era Disrupsi Ritel Modern’, 7.4 (2022), 213–24.



Pedagang Kue Basah dalam Upaya Menghadapi Persaingan Online Shop Di Desa Sikur Kabupaten Lombok Timur”.<sup>30</sup> Hasil penelitian ini Keadaan pedagang kue basah di Desa Sikur sedikit mengalami penurunan pembeli yang disebabkan oleh hadirnya sistem perdagangan baru yakni perdagangan melalui *online shop*. Adapun strategi dalam menghadapi *online shop* dengan perbaikan kualitas produk, strategi harga, strategi pelayanan dan strategi promosi. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan berlangsung yaitu terletak pada informan yang akan teliti, dimana penelitian ini meneliti pedagang kue basah.

**Kedua belas**, Jurnal yang ditulis oleh Yogi Darnika Universitas Islam Negeri Medan, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan Pedagang Online di Pusat Pasar Medan”.<sup>31</sup> Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan para pedagang pusat pasar dan penjual online mulai dari penjualan tatap muka, iklan dan hubungan dengan masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan berlangsung adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan di pusat pasar medan, sedangkan penelitian yang akan berlangsung untuk mengetahui persaingan pedagang *offline* dengan *online shop*.

---

<sup>30</sup> Rohaeniyah Zain and others, ‘Strategi Bertahan Pedagang Kue Basah Dalam Upaya Menghadapi Persaingan Online Shop Di Desa Sikur Kabupaten Lombok Timur’, 8.1 (2024), 374–81 <<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.25640>>.

<sup>31</sup> Yogi Darnika. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pedagang Online Di Pusat Pasar Medan. Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna, [S.l.], v. 18, n. 2, p. 76-87, oct. 2022.



**Ketigabelas**, Jurnal yang ditulis oleh I Wayan Govinda dan Gede Sri Darma Universitas Pendidikan Nasional Bali, dengan judul “Menakar Strategi Govinda Sport Menyikapi Perubahan Perilaku Konsumen dari Konvensional ke *Online Shopping*”.<sup>32</sup> Hasil penelitian ini online shopping lebih efisien waktu, terdapat banyak varian produk dan bisa berkomunikasi lebih baik. Namun, tidak dapat melihat kondisi fisik barang secara langsung dan risiko barang rusak saat pengiriman. Perbedaan penelitian yaitu penelitian ini meneliti strategi toko Govinda Sport sedangkan penelitian yang akan berlangsung meneliti pedagang *offline* pasar Bantul dalam menghadapi bisnis online.

**Keempat belas**, Jurnal yang ditulis oleh Dewi Febriani dkk, dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Belinyu)”.<sup>33</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa online shop membawa dampak bagi pedagang konvensional yang mana dampak yang dirasakan pedagang pakaian di pasar Belinyu yaitu sepi pembeli sehingga pemasukan pun otomatis berkurang hingga mencapai 50% dari sebelumnya hal ini juga membuat modal ikut tersendat. Perbedaan penelitian ini dengan terdahulu yaitu terletak pada lokasi penelitiannya dan tujuan yang ingin diteliti.

---

<sup>32</sup> I Wayan and others, “Menakar Strategi Govinda Sport Menyikapi Perubahan Perilaku Konsumen dari Konvensional ke *Online Shopping*”, Vol. 10, No. 7, 2021 : 714-737

<sup>33</sup> Dewi Febriani, Fitri Ramdhani Harahap, & Michael Jeffri Sinabutar. (2023). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Belinyu). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 60–70.

*Kelima belas*, Jurnal yang ditulis oleh Nur Malazaneti dkk, dengan judul “Analisis Dampak Online Shop terhadap Para pedagang di Pasar Tradisional Paninggaran”.<sup>34</sup> Hasil penelitian yaitu pedagang pakaian di pasar tradisional mengalami sepi pembeli bahkan sebagian dari pedagang ada yang mengalami bangkrut dikarenakan konsumen mereka lebih memilih berbelanja melalui e-commerce. Selain itu dampak negatif yang lain juga dirasakan oleh pedagang tradisional seperti mengalami penurunan omset, dan Jumlah komoditas seperti susu, beras, jajanan anak, roti, mie instan, jenis minuman, deterjen, minyak goreng, telur, sabun, shampo, dan kebutuhan pokok lainnya mengalami penurunan yang terlihat dari menurunnya pendapatan para pedagang kelontong. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan berlangsung yaitu penelitian ini cuma terbatas untuk mengetahui dampak saja sedangkan penelitian yang akan berlangsung juga untuk mengetahui strategi pedagang *offline* menghadapi bisnis online.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Eksistensi Pedagang Offline**

Menurut Abraham Maslow, eksistensi merupakan kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan.<sup>35</sup> Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Eksistensi diartikan sebagai keberadaan, kehadiran, yang mengandung unsur bertahan.

---

<sup>34</sup> Nur Malazaneti dkk, Analisis Dampak Online Shop terhadap Para pedagang di Pasar Tradisional Paninggaran, (2023), 2 (2)

<sup>35</sup> Wahyu Nur Wibowo, ‘Eksistensi Fenomenologi Oleh Rollo May’, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 1.69 (2014), 5–24.

Kemudian dalam kamus filsafat Lorens, eksistensi berasal dari bahasa latin Exitere disusundari ex yang artinya keluar dan sistere yang artinya tampil atau muncul.<sup>36</sup> Jadi istilah dari eksistensi ini bisa dipahami sebagai sesuatu yang tidak bersifat kaku dan terhenti, namun bisa saja mengalami perkembangan atau justru malah terjadi kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.<sup>37</sup>

Pedagang merupakan orang yang melakukan transaksi jual beli dengan konsumen secara langsung maupun tidak langsung.<sup>38</sup> Pedagang *offline* sendiri merupakan orang yang memasarkan produknya secara langsung, dengan cara tatap muka dengan calon pembeli tanpa adanya bantuan dari pihak lain. Pedagang ini biasanya kita jumpai di sebuah pasar tradisional, seperti pada penelitian ini pasar tradisional Bantul.

## **2. Online Shop**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Shop atau toko diartikan sebagai tempat atau bangunan yang sifatnya permanen yang bertujuan untuk menjual barang-barang kebutuhan manusia. Sedangkan online diartikan sebagai jaringan yang menghubungkan seseorang ke dalam sistem yang lebih besar. Dari dua pengertian tersebut, apabila digabungkan Online Shop bisa

---

<sup>36</sup> Sary Eva Yanti, “*Eksistensi Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang pada Era Media Online*”, Skripsi Jurusan Jurnalistik, (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, 2015), hlm. 40. t.d

<sup>37</sup> Sary Eva, Op. Cit., hlm. 42

<sup>38</sup> Damsar, Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 106. Subakti, ‘Teori Modal Sosial’, *Universitas Kristen Petra*, 27.1989 (2014), 5–7.

diartikan sebagai tempat terjadinya aktivitas jual beli barang atau sebuah transaksi antara penjual dengan pembeli yang dihubungkan dalam suatu jaringan yaitu jaringan internet.<sup>39</sup>

Perbedaan antara toko *online shop* dengan toko *offline* adalah terletak pada tempat penjualannya dan juga cara transaksinya. Dimana toko *online shop* dalam sistem penjualannya hanya dengan contoh gambar dan spesifikasinya. Sedangkan toko *offline* semua barang dagangan dipajang nyata. Selain itu metode pembayarannya juga berbeda, kalau *online shop* pembayaran lewat transfer, sedangkan toko *offline* biasanya menggunakan uang tunai.<sup>40</sup>

### 3. Teori Modal Sosial

Awal munculnya sebuah konsep modal sosial diperkenalkan oleh seorang sosiolog Prancis bernama Pierre Bourdieu pada tahun 1980-an. Menurut pandangan Bourdieu, modal sosial diartikan sebagai sebuah sumber daya yang potensial dan aktual. Sumber daya ini bisa dimiliki oleh seseorang melalui jaringan sosial yang terlembaga dan berlangsung secara terus menerus untuk saling memberikan bentuk dukungan kolektif.<sup>41</sup>

Secara singkat modal sosial ini bisa dipahami sebagai ikatan-ikatan sosial yang dimiliki oleh seseorang. Misalnya dalam konteks pedagang, bahwa reputasi dia sebagai pedagang akan dianggap baik oleh pembeli apabila kualitas

---

<sup>39</sup> Muhammad Yusuf, Achmad Yasid, *1 Jam Membuat Toko Online Dengan Joomla-Virtuemart*, (Yogyakarta: Expert, 2012), h. 1.

<sup>40</sup> <https://www.negeripesona.com/2016/08/pengertian-toko-online-dan-contohnya.html>

<sup>41</sup> Damsar, Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group 2012), h. 209

barang yang dijual sesuai dengan apa yang dikatakan. Jadi dengan reputasi yang baik itu, pembeli kelak akan membeli kembali dagangan yang dijual karena sudah mendapatkan kepercayaan pada penjual bahwa apa yang diucapkan sesuai dengan kenyataannya.

Menurut Bourdieu ada tiga jenis modal yang ada di tengah masyarakat yang beliau tulis dalam karyanya “The Forms of Capital”, yaitu modal ekonomi, modal kultural dan modal sosial. Dalam konteks modal ekonomi bisa dilihat dari aset dan jumlah pendapatan seseorang atau dalam penelitian ini seorang pedagang. Modal ekonomi ini bisa dicontohkan melalui jumlah pengeluaran dan konsumsi. Kemudian dalam konteks modal kultural bisa dilihat dari pendidikan seseorang.

Di industri perdagangan modal kultural ini bisa dicontohkan ketika seorang sarjana ekonomi yang memilih menjadi seorang pengusaha, dimana seorang sarjana ekonomi ini akan bisa menggeser pengusaha lama yang status pendidikannya lebih rendah. Hal ini karena seorang pengusaha dengan bekal lulusan perguruan tinggi akan lebih dipercaya oleh masyarakat melalui opini yang diungkapkan melalui bentuk lisan maupun tertulis. Sedangkan bagi orang yang tidak berpendidikan tinggi modal kultural ini bisa didapatkan dari pengalamannya ketika bergaulan dengan orang lain, mendengarkan cerita seseorang yang ahli dibidangnya dan bisa melalui kursus khusus. Bagi pedagang pakaian modal kultural ini seperti kemampuan dan keterampilan dia dalam melayani pelanggan. Kemudian mengetahui tentang mode dan tren

sehingga bisa mengikuti permintaan pembeli, dan anggapan baik pedagang dimata pelanggan, seperti barang yang dijual sesuai dengan yang diucapkan sehingga pelanggan tidak kecewa dan suatu saat lagi akan kembali belanja dilakukannya.

Kemudian dalam konteks modal sosial bisa diartikan sebagai ikatan sosial yang dimiliki oleh seseorang. Ikatan ini bisa terjadi melalui reputasi dia saat menjadi pedagang. Sedangkan menurut Robert Putnam, modal sosial ini diartikan sebagai suatu jaringan, nilai, kepercayaan yang muncul didalam anggota suatu perkumpulan, yang mempunyai kerjasama untuk kebermanfaatan bersama.<sup>42</sup>

Unsur-unsur dari modal sosial ini antara lain:

a. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang muncul dari seseorang agar berperilaku normal, jujur dan kooperatif berdasarkan norma-norma yang dimiliki bersama. Kepercayaan memiliki dua unsur penting yaitu pihak yang mempercayai atau *trustor*, dan pihak yang dipercayai atau *trustee*. Keduanya memiliki tujuan untuk memenuhi kepentingan mereka.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Ibid

<sup>43</sup> Eko Handoyo, *Eksistensi Pedagang Kaki Lima Studi tentang Kontribusi Modal Sosial terhadap Eksistensi PKL di Semarang*, (Salatiga: Tisara Grafika, 2012), h. 77.



b. Norma Sosial

Norma sosial merupakan sebuah aturan yang diharapkan dapat dipatuhi oleh suatu individu. Norma sosial ini sangat menentukan kekuatan hubungan antar individu karena berpengaruh positif terhadap perkembangan masyarakat dan merangsang kohesi sosial sehingga norma sosial disebut bagian dari modal sosial.

c. Jaringan Sosial

Jaringan sosial diartikan sebagai hubungan antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan yang mereka lakukan ini bisa bersifat formal maupun informal. Hubungan sosial ini sebagai wujud kerja sama antar individu berdasarkan ikatan sosial yang aktif. Menurut James S. Coleman, alasan individu melakukan kerja sama karena mereka memiliki kepentingan sendiri dan kepentingan itu sama antara dua belah pihak.<sup>44</sup>

Berlandaskan pada teori modal sosial di atas, maka teori tersebut akan digunakan untuk membedah masalah terkait strategi pedagang *offline* di pasar Bantul di tengah perkembangan *online shop* agar tetap eksis dalam berdagang. Disini akan dikaji apakah modal sosial yang dimiliki oleh pedagang pakaian di Pasar Bantul tersebut bisa dijadikan sebagai alat agar mereka tetap eksis

---

<sup>44</sup> John Field, *Modal Sosial*, (Bantul: Kreasi Wacana, 2010), h. 39.

menjalankan usahanya di tengah gempuran *online shop* yang sedang digandrungi oleh masyarakat.

## **G. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono, metode penelitian adalah suatu cara atau proses ilmiah dengan tujuan memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian dengan judul “Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online Shop di Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)” menggunakan jenis penelitian Kualitatif. Menurut Tylor, penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang atau berupa kata-kata ucapan dari orang-orang serta perilaku yang bisa diamati.<sup>45</sup>

Penelitian ini nantinya menggunakan sistem penelitian lapangan (Field Research), dimana peneliti turun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara dan pengamatan langsung guna mendapatkan informasi mengenai objek yang diteliti dan menghasilkan data deskriptif. Data yang diperoleh meliputi transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen-dokumen dan lain sebagainya.<sup>46</sup> Dengan ini nantinya peneliti akan mendapat suatu pandangan tentang masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu terkait

---

<sup>45</sup> Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja, 2007), 37.

<sup>46</sup> Di Tengah Maraknya Belanja Online, ‘Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional’, 2022.

strategi yang digunakan oleh para pedagang *offline* dalam menghadapi persaingan pasar dengan *online shop* agar tetap eksis berjualan.

## 2. Sumber Data

Ada dua jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder

### a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data langsung yang memberikan data atau informasi langsung kepada peneliti.<sup>47</sup> Data primer ini diambil oleh peneliti melalui proses wawancara dan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu di Pasar Bantul. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu para pedagang *offline* yang berjualan di Pasar Bantul yang peneliti pilih sesuai kebutuhan peneliti.

### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari melalui sumber buku, jurnal, skripsi, ataupun sumber lainnya yang sesuai dengan topik penelitian.<sup>48</sup> Data sekunder ini nantinya akan melengkapi data yang sudah penelitian temukan melalui proses wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.

## 3. Lokasi Penelitian

---

<sup>47</sup> Ibid.

<sup>48</sup> Ibid.

Penelitian dengan judul “Strategi Pedagang Offline di Tengah Perkembangan Online Shop di Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Offline Pasar Bantul)”, berlokasi di Pasar Bantul, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Pasar Bantul sendiri pasar induk atau pasar terbesar yang berada di wilayah Kabupaten Bantul. Adapun letak Pasar Bantul ini sangatlah strategis karena berada tepat di sebelah barat jalur kota Bantul atau biasa disebut jalan Jendral Sudirman Bantul yang berhubungan langsung dengan akses jalur ke Kota Yogyakarta.

#### **4. Subyek Penelitian**

Sasaran atau subyek dari penelitian ini adalah para pedagang *offline* yang berjualan di Pasar Bantul. Penelitian mengambil subyek ini selain karena sesuai dengan tema penelitian, juga pada saat ini fenomena belanja melalui sistem online sedang diminati oleh sebagian masyarakat sehingga subyek pedagang *offline* sangat menarik untuk diteliti terkait strateginya dalam menghadapi persaingan pasar.

#### **5. Teknik Penentuan Informan**

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan informan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu, yaitu pedagang *offline* yang menjual barang-barang fashion atau pakaian. Informan dalam penelitian ini nantinya berjumlah 7 orang. Peneliti mengambil jumlah informan pedagang *offline* tersebut tergantung kebutuhan data peneliti dilapangan yaitu dengan

melihat data pertanyaan peneliti sudah terjawab atau belum. Kemudian penelitian ini juga melakukan wawancara dengan 1 orang lurah pasar Bantul.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

### a. Observasi

Observasi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh penelitian dalam rangka mengumpulkan data penelitian yang dilakukan melalui proses pengamatan secara langsung. Observasi juga bisa didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian.<sup>49</sup> Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi partisipan, yaitu mengamati, mencatat langsung, dan aktif ikut serta secara langsung. Dengan melakukan observasi secara langsung ke Pasar Tradisional Bantul ini diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topik penelitian yang diamati. Nantinya data dari hasil observasi ini akan didisplay untuk memenuhi rumusan dan tujuan dari penelitian ini.

### b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang

---

<sup>49</sup> W.Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT.Gasindo, 2002), hlm 116.

mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>50</sup> Adapun ciri utama dari kegiatan wawancara adalah melakukan kontak langsung dengan cara bertatap muka antara pencari informasi (pewawancara) dan sumber informasi (terwawancara). Melalui wawancara ini peneliti menggali data, informasi, dan kerangka penelitian. Untuk mencari itu tadi, peneliti menggunakan teknik wawancara langsung, yaitu memberi pertanyaan langsung kepada pedagang di Pasar Bantul dengan jumlah informan 7 orang sesuai dengan kebutuhan peneliti dan 1 lurah pasar Bantul dengan melakukan janji terlebih dahulu serta melihat kondisi apakah sedang sibuk atau tidak.

c. Dokumentasi

Dalam sebuah penelitian, penggunaan dokumen sudah lama digunakan untuk sumber data. Hal ini karena dokumen digunakan dan dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.<sup>51</sup> Dengan adanya dokumentasi ini tentunya akan menguatkan atau mendukung data yang sudah peneliti peroleh di lapangan. Adapun dalam penelitian ini dokumentasi yang peneliti lakukan adalah melakukan foto saat pedagang sedang melakukan kegiatan transaksi jual beli dengan pembeli dan melakukan foto saat peneliti sedang wawancara dengan pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini.

---

<sup>50</sup> Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2010), hlm 186.

<sup>51</sup> Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2010), hlm 217.



## 7. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja.<sup>52</sup> Berikut alur analisis datanya:

### a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses seleksi, penyederhanaan, dan abstraksi. Cara mereduksi data ini dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolong-golongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip, penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulan. Dengan reduksi data ini, akan memberikan gambaran tentang hasil data yang diperoleh dan akan membantu untuk mendapatkan kode pada aspek tertentu.<sup>53</sup>

### b. Penyajian data

Penyajian data yaitu sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Tujuannya agar sajian data tidak menyimpang dari pokok permasalahan.

---

<sup>52</sup> Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

<sup>53</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 165.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan diartikan sebagai usaha untuk mencari atau memahami makna secara lebih singkat, keteraturan pola-pola penjelasan, dan alur sebab akibat. Kemudian kesimpulan yang sudah ditarik segera diverifikasi dengan cara melihat catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh dan penafsiran datanya menjadi valid sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi kokoh.<sup>54</sup>

## H. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah penelitian, sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah penulisan dan pada penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yang diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, dan metode penelitian dan sistematika pembahasan. Pada bab ini menjelaskan terkait permasalahan yang akan peneliti teliti sekaligus sebagai pemantik yang nantinya akan dikaji lebih lanjut.

### **BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

---

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010) hlm 70.

Pada bab ini berisi gambaran lokasi yang digunakan oleh peneliti saat mencari data dilapangan. Secara umum bab ini menjelaskan latar belakang lokasi dan kondisi para pedagang offline di Pasar Bantul.

### **BAB III PENYAJIAN DATA**

Pada bab ini berisi penyajian data penelitian yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung dari para pedagang offline yang berada di Pasar Bantul. Hasil dari temuan data dilapangan ini kemudian diolah menjadi deskripsi.

### **BAB IV ANALISIS DATA**

Pada bab ini berisi pembahasan inti sekaligus dengan disertai analisis teoritik yang dikaitkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini merupakan akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap para pedagang *offline* pakaian di Pasar Bantul mengenai strategi bertahan di tengah perkembangan *online shop*, dapat ditarik sebuah intisari bahwa strategi yang digunakan oleh pedagang *offline* pakaian Pasar Bantul adalah pertama dengan memberikan diskon khusus kepada pelanggan. Diskon ini seperti pemberian cashback diakhir transaksi. Kedua meningkatkan kualitas barang. Cara ini dilakukan dengan menjamin produk yang dijual selalu baru dan tidak cacat. Ketiga sistem pembayaran cicilan, strategi ini dimisalkan pelanggan boleh melakukan pembayaran separuh harga terlebih dahulu, sisanya boleh dibayar diwaktu lain sesuai kesepakatan. Keempat strategi mengikuti trend atau fashion, yaitu mengikuti permintaan pelanggan dan melihat model atau gaya yang sedang digemari agar tetap relevan dan diminati oleh konsumen. Kelima strategi penawaran produk unik yang sulit ditemukan di toko online, seperti pakaian dari daur ulang barang bekas. Keenam dengan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, seperti pelayanan yang ramah dan responsif terhadap keluhan pelanggan. Terakhir kolaborasi dengan pedagang lain, seperti promosi bersama, menjulakan prodok pedagang lain dan saling menjaga lapak ketika ditinggal ibadah.

Dari beberapa strategi yang dilakukan oleh beberapa narasumber penelitian, yaitu pedagang *offline* Pasar Bantul strategi yang paling efektif untuk menarik pelanggan dalam upaya bersaing dengan pedagang *online shop* adalah strategi pemberian diskon dengan sistem cashback. Walaupun nominal cashback yang diberikan relatif kecil atau diibaratkan untuk biaya parkir, akan tetapi menurut narasumber Ibu Sriparti strategi ini justru mudah diingat oleh pelanggan. Dengan pemberian cashback ini pelanggan tidak perlu mengeluarkan uang lagi untuk biaya parkir. Dengan cara ini menurutnya banyak pelanggan yang kemudian merekomendasikan lapaknya kepada calon pembeli lainnya.

Modal sosial dalam teorinya Bourdieu terdiri dari tiga komponen utama yaitu kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma (*norms*). Pedagang pakaian di Pasar Bantul secara alami menerapkan modal sosial ini sesuai dengan nilai-nilai budaya setempat. Misalnya kepercayaan dibangun melalui reputasi dan layanan yang baik dengan pelanggan. Jaringan sosial diperkuat melalui hubungan yang erat antara pembeli dengan pelanggan dan sesama pedagang. Sedangkan norma yang dijaga dengan praktik perdagangan yang adil dan saling menguntungkan, seperti pedagang menyampaikan keadaan barang apa adanya dan pembeli menyepakati perjanjiannya. Dari analisis ini yaitu adanya kepercayaan, norma yang diterapkan, serta jaringan sosial yang terlembaga dan berlangsung secara terus menerus akan memberikan dukungan kolektif bagi pedagang. Adanya hal tersebut akan membentuk ikatan sosial antara pedagang dan pembeli, yang menjadi alat penting dalam melancarkan dan mempertahankan usaha mereka. Dari

modal sosial ini yang paling efektif dan relevan dengan kultur masyarakat Bantul adalah modal kepercayaan. Hal ini karena masyarakat lebih memperhatikan kualitas barang ketika membeli pakaian. Jadi dengan kualitas barang yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan reputasi pedagang juga meningkat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak terkait:

### **1. Untuk Pedagang Offline**

- a. Pelatihan Digital, yaitu Pedagang diharapkan mengikuti pelatihan mengenai pemasaran digital dan penggunaan platform online untuk memperluas pasar.
- b. Inovasi Produk, yaitu terus berinovasi dalam produk yang ditawarkan agar selalu relevan dengan tren pasar.
- c. Pengelolaan Keuangan, yaitu meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan untuk mempermudah akses modal dan investasi pada teknologi.

### **2. Untuk Pemerintah**

- a. Dukungan Pelatihan, yaitu pemerintah diharapkan memberikan pelatihan dan workshop secara rutin bagi para pedagang offline terkait digitalisasi dan inovasi bisnis.



- b. Bantuan Modal, yaitu memberikan bantuan modal atau pinjaman dengan bunga rendah untuk membantu pedagang dalam mengembangkan usahanya.
- c. Promosi Pasar Tradisional, yaitu meningkatkan promosi dan mengadakan event di pasar tradisional untuk menarik lebih banyak pengunjung.

### **3. Untuk Akademisi**

- a. Penelitian Lanjutan, yaitu melakukan penelitian lanjutan mengenai strategi bertahan pedagang offline di era digital, khususnya di sektor-sektor lain selain pakaian. Hal ini karena fokus penelitian ini hanya terbatas pada strateginya saja dan khusus pedagang pakaian atau konveksi yang menjadi subyek penelitian.
- b. Kolaborasi dengan komunitas, yaitu meningkatkan kolaborasi dengan komunitas pedagang untuk mendapatkan data dan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pasar tradisional.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko, Cholid. 2003. *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Adriadi Ghiffari, Rizki, Departemen Geografi Pembangunan, Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada Jl Kaliurang, Sekip Utara, Kec Mlati, and others, 'Dampak Populasi...81', *Jurnal Tunas Geografi*, 09.01 (2020), 2020
- Alisya, Nadila Farajane, Pudjo Suharso, Lisana Oktavisanti Mardiyana, Universitas Jember, Kelangsungan Usaha, and Pasar Tradisional, 'Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember', 2.2 (2022), 73–81
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada) hlm 70
- Darnika, Yogi. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pedagang Online Di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, [S.l.], v. 18, n. 2, p. 76-87, oct. 2022.
- Damsar, Indrayani, Pengantar Sosiologi Ekonomi, (Jakarta: Prenadamedia Group 2012), h. 209
- Dewi Febriani, Fitri Ramdhani Harahap, & Michael Jeffri Sinabutar. (2023). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional ditengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional di Pasar Belinyu). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 60–70.
- Dinas koperasi usaha kecil dan menengah perindustrian dan perdagangan, *Rakernis Pengelolaan Pasar Kabupaten Bantul*, 2023.
- Firda Anisah, *Ketahanan pedagang pasar selama pandemi covid-19 di pasar Bantul, Kabupaten Bantul Provinsi DI Yogyakarta*, *Journal of Socio-Cultural Sustainability and Resilience*, (1) 2023, 234
- Fitriana, Lifia, Rinell Fitlayeni, dan Waza Karia Akbar, 'Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat)', *Horizon*, 1.3 (2021), 543–53
- Glock dan Stark. 1995. Dalam Roland Robertson Sosiologi Of Religion. (terj) Ahmad Fedyani Syaifudin, Agama Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis. (Jakarta: Rajawali).
- Gulo, W. 2002. *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Gasindo), hlm 116.

- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika), 165
- Hidayati, Dewi Ayu, Siti Habibah, Yuni Ratnasari, Jurusan Sosiologi, and Universitas Lampung, ‘Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pedagang Kecil Di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)’, *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 24.1 (2022), 39–56
- I Wayan and others, “Menakar Strategi Govinda Sport Menyikapi Perubahan Perilaku Konsumen dari Konvensional ke *Online Shopping*”, Vol. 10, No. 7, 2021 : 714-737
- J. Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja), hlm 37.
- J. Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya), hlm 186.
- J. Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya), hlm 217
- Komara, Beni Dwi, and Agus Prasetya, ‘Kontruksi Sosial Pada Pedagang Tradisional Dalam Menghadapi Era Kompetisi Perdagangan Bebas ( Studi Kasus : Kehadiran Ritel Hancurkan Pedagang Tradisional Kota Madiun )’, *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2.1 (2019), 1–8
- Lv, B A B, I V Letak, D A N Luas, and Letak Wilayah, ‘Tinjauan Wilayah’, 2005, 52–73
- Muhammad Rijal Fadli, ‘Peran Modal Sosial Dalam Pendidikan Sekolah’, *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 8.2 (2020), 152–61.
- Nur Malazaneti dkk, Analisis Dampak Online Shop terhadap Para pedagang di Pasar Tradisional Paninggaran, (2023), 2 (2)
- Patton. 2009. *Metode Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Prihatno, Prihatno, ‘Kajian Revitalisasi Pasar Pleret Kabupaten Bantul’, *Media Wisata*, 14.2 (2021)
- ‘Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tujuh Belas Agustus 1945’, 2021
- Qodri, Ilham Fauzul, and Dema Tesniyadi, ‘Analisis Strategi Pedagang Konvensional Dalam Era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang)’, *Alsyls*, 2.3 (2022), 400–409

- Rakhmawati, Atifatur, and Arfida Boedirochminarni, 'Analisis Tingkat Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Industri Di Kabupaten Gresik', *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2 (2018), 74–82
- Rohaeniyah Zain and others, 'Strategi Bertahan Pedagang Kue Basah Dalam Upaya Menghadapi Persaingan Online Shop Di Desa Sikur Kabupaten Lombok Timur', 8.1 (2024), 374–81
- Sosial, Praktik, Ldii Dalam, Studi Kasus, Ldii Pac, Cipadu Jaya, and Muhammad Kurniawan, 'Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik', 2017, 89–104
- Subakti, 'Teori Modal Sosial', *Universitas Kristen Petra*, 27.1989 (2014), 5–7
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta).
- Sururuddin, Muhammad, Lasmawan Lasmawan, and I Nengah Suastika, 'Pola Marketing Pedagang Tradisional Di Era Disrupsi Ritel Modern', 7.4 (2022), 213–24
- Sutrisno, Sutrisno, Jamianto Jamianto, and Budi Andreanto, 'Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern', *Yos Soedarso Economics Journal*, 3.1 (2021), 137–49
- Anisah, Firda Diba Fauzia, 'Ketahanan Pedagang Pasar Selama Pandemi Covid-19 Di Pasar Bantul, Kabupaten Bantul Provinsi DI Yogyakarta', *Journal of Socio-Cultural Sustainability and Resilience*, 1.1 (2023), 14–31  
<<https://doi.org/10.61511/jscsr.v1i1.2023.234>>
- Iv, B A B, I V Letak, D A N Luas, and Letak Wilayah, 'Tinjauan Wilayah', 2005, 52–73
- Prihatno, Prihatno, 'Kajian Revitalisasi Pasar Pleret Kabupaten Bantul', *Media Wisata*, 14.2 (2021) <<https://doi.org/10.36276/mws.v14i2.252>>
- Tengah Maraknya Belanja Online, Di, 'Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional', 2022
- Wahyono, Budi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6.4 (2017), 388–99  
<<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/7163>>
- Zain, Rohaeniyah, Farhana Muhammad, Isfi Sholihah, and Siska Hidayatul, 'Strategi Bertahan Pedagang Kue Basah Dalam Upaya Menghadapi Persaingan Online Shop Di Desa Sikur Kabupaten Lombok Timur', 8.1 (2024), 374–81  
<<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.25640>>

Wawancara dengan informan Bapak Rohadi, Mei 22, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Diah Ayu, Mei 29, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Novi, Juni 3, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Parjiyah, Juni 12, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Sri Hatni, Mei 30, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Sri Partini, Juni 10, 2024

Wawancara dengan informan Ibu Tini, Juni 6, 2024

Wawancara dengan informan Ibu War, Juni 3, 2024

Wibowo, Wahyu Nur, 'Eksistensi Fenomenologi Oleh Rollo May', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1.69 (2014), 5–24

**Websites :**

<https://ppid.bantulkab.go.id/gambaran-umum-kabupaten-bantul/>.

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8626/5.BAB%204.pdf?sequence=9&isAllowed=y>.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA