

**DAMPAK KEBERADAAN UKM *MOMENT* TERHADAP
KEBERLANGSUNGAN EKONOMI PEDAGANG NON-PANGAN PASAR
TRADISIONAL: ANALISIS STRUKTURASI SOSIAL DI KECAMATAN
SIDOMULYO LAMPUNG SELATAN**

(Skripsi)

Oleh

**Erika Nurlidiya
2216011059**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**DAMPAK KEBERADAAN UKM *MOMENT* TERHADAP
KEBERLANGSUNGAN EKONOMI PEDAGANG NON-PANGAN PASAR
TRADISIONAL: ANALISIS STRUKTURASI SOSIAL DI KECAMATAN
SIDOMULYO LAMPUNG SELATAN**

Oleh

Erika Nurlidiya

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA SOSIOLOGI**

**Pada
Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

DAMPAK KEBERADAAN UKM *MOMENT* TERHADAP KEBERLANGSUNGAN EKONOMI PEDAGANG NON-PANGAN PASAR TRADISIONAL: ANALISIS STRUKTURASI SOSIAL DI KECAMATAN SIDOMULYO LAMPUNG SELATAN

Oleh

Erika Nurlidiya

Kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo sebagai pasar modern lokasi di Kecamatan Sidomulyo dianggap membuat dampak terhadap kondisi ekonomi dan sosial pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak keberadaan UKM *Moment* terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang non-pangan dan strategi adaptasi yang mereka lakukan dalam perspektif teori strukturasi sosial Anthony Giddes. Teori ini menjelaskan hubungan timbal balik antara struktur dan agensi (*Duality Of Structure*), di mana pedagang dipahami sebagai agen aktif yang merespon perubahan struktur ekonomi lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian berada di Pasar Tradisional Sidomulyo, Kecamatan Sidomulyo, Lampung selatan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian analisis melalui pengumpulan data, reduksi data, display data dan triangulasi sumber untuk memastikan kredibilitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo berdampak pada penurunan pendapatan, berkurangnya jumlah konsumen, dan perubahan pola interaksi sosial antara pedagang dan konsumen. Perpindahan konsumen ke UKM *Moment* Sidomulyo dipengaruhi oleh faktor kenyamanan berbelanja, kelengkapan barang, dan kepastian harga yang di tawarkan. Sebagai respon terhadap kondisi tersebut, pedagang non-pangan menerapkan berbagai strategi adaptasi, seperti strategi produk, promosi, harga, sarana prasarana serta pelayanan kepada konsumen. Dalam persepektik teori strukturasi, keberlangsungan ekonomi pedagang terbentuk melalui interaksi dinamis antara struktur pasar modern dan tindakan sosial para pedagang non-pangan dalam mempertahankan usahanya.

Kata kunci: Pasar Modern, Pasar Tradisional, Pedagang Non-Pangan, Keberlangsungan Ekonomi, Stukturasi Sosial

ABSTRACT

THE IMPACT OF THE EXISTENCE OF SME MOMENT ON THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF NON-FOOD TRADERS IN TRADITIONAL MARKETS: ANALYSIS OF SOCIAL STRUCTURATION IN SIDOMULYO DISTRICT, SOUTH LAMPUNG

By

Erika Nurlidiya

The presence of UKM Moment Sidomulyo as a modern market location in Sidomulyo District is considered to have an impact on the economic and social conditions of non-food traders in the Sidomulyo Traditional Market. This study aims to analyze the impact of the existence of UKM Moment on the economic sustainability of non-food traders and their adaptation strategies from the perspective of Anthony Giddes' social structuration theory. This theory explains the reciprocal relationship between structure and agency (Duality of Structure), where traders are understood as active agents who respond to changes in the local economic structure. This study uses a qualitative approach with descriptive methods. The research location is at the Sidomulyo Traditional Market, Sidomulyo District, South Lampung. Data were collected through interviews, observation and documentation, then analyzed through data collection, data reduction, data display and source triangulation to ensure the credibility of the findings. The results show that the presence of UKM Moment Sidomulyo has an impact on decreasing income, decreasing the number of consumers, and changing patterns of social interaction between traders and consumers. Consumers' shifts to UKM Moment Sidomulyo are influenced by factors such as shopping convenience, completeness of goods, and certainty of prices offered. In response to these conditions, non-food traders implement various adaptation strategies, such as product strategies, promotions, pricing, and infrastructure for consumer services. From the perspective of structuration theory, the economic sustainability of traders is formed through the dynamic interaction between modern market structures and the social actions of non-food traders in maintaining their businesses.

Keywords: *Modern Market, Traditional Market, Non-Food Vendors, Economic Sustainability, Social Structuring.*

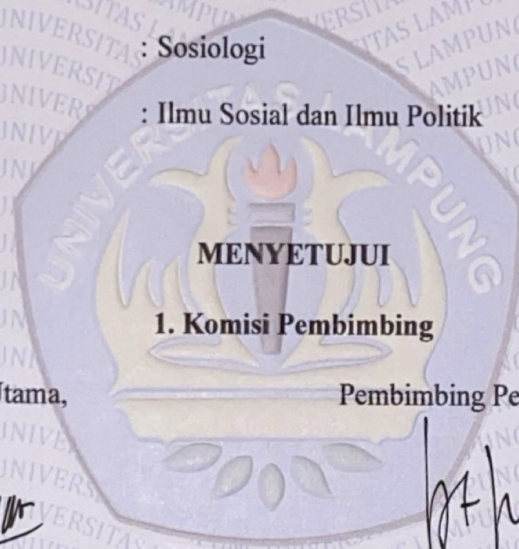
Judul Skripsi : DAMPAK KEBERADAAN UKM MOMENT TERHADAP KEBERLANGSUNGAN EKONOMI PEDAGANG NON-PANGAN PASAR TRADISIONAL: ANALISIS STRUKTURASI SOSIAL DI KECAMATAN SIDOMULYO LAMPUNG SELATAN

Nama Mahasiswa : Erika Nurhidaya

Nomor Pokok Mahasiswa : 2216011059

Jurusan : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Pembimbing Utama,

Pembimbing Pembantu,

Dra. Yuni Ratna Sari, M.Si.
NIP. 196906261993032002

Ifaty Fadliliana Sari, S.Pd., M.A.
NIP. 198609132019032010

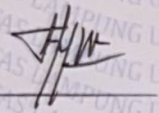
**2. Ketua Jurusan Sosiologi
FISIP Universitas Lampung,**

Dr. Bartoyen Vivit Nurdin, M.Si.
NIP. 197704012005012003

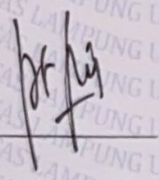
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

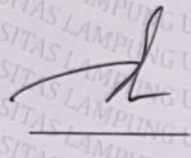
Ketua/Pembimbing Utama : **Dra. Yuni Ratna Sari, M.Si.**



Pembimbing Pembantu : **Ifaty Fadliliana Sari, S.Pd., M.A.**



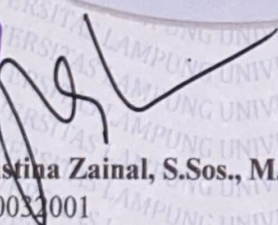
Penguji : **Dra. Anita Damayantie, M.H.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **6 April 2026**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini,serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 6 April 2026
Yang membuat pernyataan,



Erika Nurlidiya
NPM. 2216011059

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Erika Nurlidiya, lahir di Indramayu, Jawa Barat, pada 21 November 2003. Penulis merupakan putri bungsu dari 2 bersaudara, dari Bapak M.Yusuf dan Ibu Rina. Penulis memulai pendidikan tingkat kanak-kanak di TK dan lulus pada tahun 2010, Selanjutnya menempuh pendidikan di SDN 1 Sidomulyo dan lulus 2016. Kemudian penulis menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang lulus pada tahun 2019, dan melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang lulus pada tahun 2022, kemudian melanjutkan ke Pendidikan Tinggi di perguruan Tinggi Negeri Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik melalui jalur Seleksi Bersama Masuk perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Sesama perkuliahan penulis mengikuti organisasi kampus yaitu Kopma Unila dalam kurun 3 periode, dan penulis juga pernah mengikuti kegiatan eksternal kampus yaitu menjadi bagian volunteer “*Goes To Schoole*” yang diadakan oleh Forum Bidikmisi Unila. Penulis juga terlibat dalam kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Transmigrasi Provinsi Lampung. Selama masa studi penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2025 yang bertempat di Desa Bumi Asri, Kecamatan Palas, Kabupaten Lampung Selatan. Program dan kegiatan selama di perkuliahan menjadi pengalaman berharga bagi penulis karena dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat dimasa perkuliahan ke dalam dunia kerja.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupan”

(Q.S AL-Baqarah:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan dan kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S AL-Insyirah:5-6)

“Sesibuk apapun de, jangan lupa sholat biar dilancarin”

-Bapak-

“Dibalik proses yang rumit ada hasil yang indah”

“Segala sesuatu yang kita awali, maka harus diakhiri”

“Hadapi semuanya langsung dimuka, apapun yang terjadi tidak apa, setiap hari ku bersyukur, melihatmu berselimut harapan, berbekal cerita”

-Hindia- (Baskara Putra)

PERSEMBAHAN

Allhamdulillah *rabbil'alamin*, diatas lembar yang menjadi saksi akhir perjalanan ini, penulis mempersembahkan karya sederhana ini untuk:

1. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah. Terimakasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku berpulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terima kasih menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat aku hampir lupa alasan untuk hidup.
2. Cinta pertama dan pintu surgaku, Bapak Yusuf dan Mama Rina, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang mengusahakan anak terakhirnya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Terimakasih kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa dan pengorbanan yang mengiring setiap langkah unuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih sudah berjuang untk membersarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjana. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hiduplah lebih lama.
3. Kepada saudara kandung, yayu Novia Makhmudah. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini baik tentang materi maupun waktu dan telah memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
4. Kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Kepada diriku sendiri, Erika Nurlidiya. Terima kasih sudah berjuang, dan tidak menyerah walaupun ada saja rintangan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Alamamater tercinta, Universitas lampung

SANWACANA

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **“Dampak Keberadaan UKM *Moment* Terhadap Keberlangsungan Ekonomi Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional: Analisis Strukturasi Sosial Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan”** yang merupakan salah satu syarat penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosiologi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya usaha maksimal, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi contoh sekaligus panutan bagi penulis.
3. Cinta pertama dan panutanku Bapak Yusuf. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus yang diberikan. Terima kasih atas cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai tahap ini, dan berterimakasih telah menjadi contoh untuk selalu menjadi seorang anak perempuan yang kuat. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan kepada penulis selama masa pendidikan belangsung.
4. Pintu surgaku, Mama Rina, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
5. Kakak tercinta, yayu Novia Makhmuda. Terimakasih menjadi sumber semangat dan memotivasi dalam setiap langkah perjuangan. Meski sering menjadi

“musuh terbesarku” dalam hal-hal kecil sehari-hari dirumah, namun dibalik itu semua, kaulah seorang kakak yang menyayangi adiknya, dan mendukung setiap perjalanan yang adiknya ambil dan kaulah alasan penulis terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, S.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung
7. Ibu Prof. Dr. Anna Gustiana Zainal, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Universitas Lampung.
9. Bapak Junaidi, S.Pd., M.Sos., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Universitas Lampung.
10. Ibu Dra. Yuni Ratna Sari M.Si., selaku Ketua dosen pembimbing. Saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas waktu, kesabaran, dan perhatian yang Ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan Ibu yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Terima kasih telah mempermudah setiap prosesnya, selalu membuka pintu untuk selalu bimbingan dengan lapang. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Ibu berikan.
11. Ibu Ifaty Fadliliana Sari S.Pd., M.A., Selaku dosen pembimbing ke dua. Saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas waktu, kesabaran, dan perhatian yang Ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan Ibu yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Terima kasih telah mempermudah setiap prosesnya, selalu membuka pintu untuk selalu bimbingan dengan lapang dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Ibu berikan.
12. Ibu Dra. Anita Damayantie, M.H., selaku dosen penguji skripsi, terima kasih atas saran dan masukan yang membantu menyempurnakan skripsi ini. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan, keberkahan, dan perlindungan oleh Allah SWT.

13. Seluruh dosen dan staff jurusan sosiologi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis sampaikan terima kasih banyak telah membimbing dan membantu penulis selama proses perkuliahan.
14. Seluruh keluarga besar yang berada di Lampung Selatan, Indramayu, Bogor dan Palembang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
15. Untuk Elisa Muflifah, Zahra Yunita dan Intan Wulandari, terima kasih selalu menemani, memberikan dukungan dan motivasi serta semangat dari penulis dibangku SMA hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi sosok sahabat yang baik.
16. Untuk Dea dan Widya teman yang bertemuanya melalui organisasi Kopma Unila, terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama diperkuliahan.
17. Untuk Oryza, Resti, Ajeng, Sania, Emi, Raisa, Zahra, Vina, dan Salsabila, Adelya teman sejurusan yang menjadi temen berjuang untuk mendapatkan gelar S.Sos. Terima kasih atas dukungan dan semangatnya. Terimakasih atas kebersamaanya selama diperkualiahkan dari sejak jadi mahasiswa baru sampai penulis bisa menyelesaikan skripsinya.
18. Teman-Teman KKN Desa Bumi Asri kepada Bintang, Syarif, Amey, Pia, Cista dan Taufiq terima kasih telah memberikan kenangan yang indah selama KKN berlangsung.
19. Untuk teman-teman seperjuangan seangkatan 2022 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya selama proses perkualiahkan ini.
20. Kepada kota Bandarlampung dan seluruh kisah yang hidup didalamnya, tempa penulis menempuh pendidikan di tanah perantauan. Kota yang bukan sekedar menjadi ruang singgah, melainkan aman dan nyaman untuk penulis.
21. Untuk seseorang yang belum bisa dituliskan dengan jelas namanya disini, namu sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untukku. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bentuk penulis mementaskan diri. Meskipun saat ini tidak tahu keberadaan

entah di bumi bagian mana dan menggenggap tangan siapa. Semoga ketika takdir mempertemukan, penulis telah menjadi versi yang lebih baik.

22. Terakhir, skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri, Erika Nurlidiya, sebagai bentuk penghargaan atas segala perjuangan, kesabaran, dan keyakinan yang telah menemani setiap langkah dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjalanan ini bukan sekadar proses akademik, tetapi juga perjalanan batin yang penuh dengan tantangan, tekanan, rasa kecewa, bahkan keinginan untuk menyerah. Namun, ditengah segala keterbatasan, saya memilih bangkit dan terus melangkah, berpegang teguh dengan kalimat “*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*”. Setiap air mata, doa, dan usaha yang dilakukan dalam diam-diam menjadi saksi berharganya proses ini. Terima kasih mampu mengendalikan diri berbagai tekanan diluar dengan keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses selama penyusunan skripsi. Kini, ketika sampai pada titik yang dahulunya hanya harapan dalam doa, saya merasa bangga, bukan semata karena hasilnya, melainkan karena tidak menyerah ditengah perjalanan dengan penuh rintangan. Perjalanan belum usai. Akan ada tantangan lain didepannya. Namun selama, yakin dengan kebenaran dan terus berjuang. Insyallah keberhasilan akan menyusul. Semoga Allah meridhoi setiap langkah yang telah dan akan ditempuh.

Bandar Lampung, 06 April 2026
Penulis

Erika Nurlidiya

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	I
DAFTAR TABEL	III
DAFTAR GAMBAR.....	V
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pasar	9
2.1.1 Pengertian Pasar	9
2.1.2 Pasar Modern	10
2.1.3 Pasar Tradisional.....	12
2.1.4 Karakteristik Pasar Modern dan Pasar Tradisional.....	14
2.2 Pedagang Non-Pangan	15
2.4 Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional.....	16
2.4.1 Dampak Ekonomi	17
2.4.2 Dampak Sosial	18
2.3 Strategi Pedagang Pasar Tradisional.....	20
2.5 Teori Strukturasi Sosial Anthony Giddens	22
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Kerangka Berpikir.....	30
III. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Fokus Penelitian.....	34
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Sumber Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.8 Keabsahan Data.....	42

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	44
4.1 Profil Kecamatan Sidomulyo	44
4.1.1 Letak Geografis Desa Sidomulyo	44
4.1.2 Demografi Kecamatan Sidomulyo.....	46
4.2 Profil Pasar Tradisional Sidomulyo	49
4.2.1 Sejarah Pasar Tradisional Sidomulyo	49
4.2.2 Letak Geografis Pasar Sidomulyo	50
4.3 Profil UKM <i>Moment</i> Sidomulyo.....	55
4.4 Jarak Lokasi UKM <i>Moment</i> Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo	57
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
5.1 Identitas Informan	59
5.2 Hasil Penelitian	63
5.2.1 Dampak Keberadaan UKM <i>Moment</i> Sidomulyo Terhadap Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional Sidomulyo	64
5.2.1.1 Dampak Ekonomi.....	64
5.2.1.2 Dampak Sosial.....	84
5.2.2 Strategi Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Usaha	96
5.3 Pembahasan.....	146
5.3.1 Struktur Mulai Berubah	146
5.3.2 <i>Rules</i> Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Usaha	153
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	163
6.1 Kesimpulan	163
6.2 Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	166
LAMPIRAN.....	171

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Karakteristik Pasar Modern dan Pasar Tradisional	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Informan	38
Tabel 4. 1 Luas Daerah dan Persentase terhadap Luas Kecamatan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sidomulyo, 2023.	45
Tabel 4. 2 Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sidomulyo, 2023	47
Tabel 5. 1 Informan Penelitian	62
Tabel 5. 2 Penurunan Pendapatan Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional Sidomulyo	68
Tabel 5. 3 Pendapatan Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional	70
Tabel 5. 4 Berkurangnya Jumlah Konsumen	75
Tabel 5. 5 Kondisi Fasilitas dan Harapan Perbaikan Pasar Tradisional Sidomulyo	81
Tabel 5. 6 Perubahan Perilaku Konsumen	88
Tabel 5. 7 Hubungan Sosial	93
Tabel 5. 8 Strategi Produk	103
Tabel 5. 9 Tanggapan Konsumen terhadap Strategi Produk Pedagang Non-Pangan	104
Tabel 5. 10 Strategi Promosi	120
Tabel 5. 11 Tanggapan Konsumen terhadap Strategi Promosi Pedagang Non-Pangan	123
Tabel 5. 12 Strategi Harga	130
Tabel 5. 13 Strategi Sarana Prasarana	136

Tabel 5. 14 Tanggapan Konsumen terhadap Sarana Prasarana.....	137
Tabel 5. 15 Strategi pelayanan	144
Tabel 5. 16 Tanggapan Konsmen terhadap Pelayanan Peadagang Non-Pangan.....	145

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 3. 1 Dokumentasi Peneliti	39
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Sidomulyo	44
Gambar 4. 2 Batas Wilayah Pasar Tradisional Sidomulyo	52
Gambar 4. 3 Posisi Pasar Lama dan Pasar Baru Tradisional Sidomulyo	52
Gambar 4. 4 Area Pasar Lama Pangan dan Non-Pangan Pasar Tradisional Sidomulyo	54
Gambar 4. 5 Lokasi Pasar Tradisional Sidomulyo	54
Gambar 4. 6 UKM <i>Moment</i> Sidomulyo	56
Gambar 4. 7 Peta Jarak Lokasi UKM <i>Moment</i> Sidomulyo dengan Pasar Tradisional Sidomulyo.....	58

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi telah memberikan dampak besar terhadap masyarakat, terutama dalam perubahan kebutuhan dan pola hidup mereka. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, banyak pusat perbelanjaan yang muncul. Pasar Indonesia berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan berbagai sektor, termasuk sektor ritel yang mencakup pasar modern dan pasar tradisional, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang signifikan (Firmansyah, dkk. 2024).

Secara umum pasar saat ini menjadi bagian yang sudah melekat di kehidupan masyarakat. Pasar saat ini terbagi menjadi dua jenis: pasar tradisional dan pasar modern. Pasar modern Indonesia tumbuh lebih cepat daripada pasar tradisional. Salah satu persaingan yang harus dihadapi oleh pedagang pasar tradisional adalah pesatnya pembangunan pasar modern yang berdampak banyak pihak. Persaingan yang ketat pun terjadi antara pasar modern dan usaha kecil di pasar tradisional akibat kondisi tersebut. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dan memiliki fasilitas yang lengkap. Sebaliknya, pengelolaan pasar tradisional kurang profesional sehingga kurang nyamannya masyarakat berbelanja. Untuk dapat bersaing dengan pasar modern, pedagang di pasar tradisional harus menurunkan harga mereka karena harga hampir sama dengan pasar modern. Hal ini akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat di pasar tradisional. Sehingga pedagang harus menggunakan strategi unik untuk menarik pembeli agar membeli barang dagangannya (Dewi, 2020).

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan tahun 2023, jumlah minimarket di Indonesia mencapai lebih dari 43.000 gerai, meningkat signifikan dibanding

tahun 2018 yang hanya sekitar 33.000. Sementara itu, jumlah pasar tradisional cenderung stagnan (Kemendag, 2023). Pada tahun 2020 pasar modern Indonesia tumbuh 31,4%, sementara pasar tradisional turun 8% dan sekitar 12,6 juta pedagang kecil berpartisipasi dalam 13.450 pasar tradisional (Korenkova, dkk. 2020). Pasar merupakan tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan barang maupun jasa. Dalam kajian ekonomi, pasar merupakan suatu tata cara atau pengaturan dalam permintaan dan penawaran barang atau jasa tertentu, berinteraksi untuk menentukan harga keseimbangan, harga pasar, atau serta volume perdagangan (Supatminingsih dkk., 2022).

Menurut Wibowo, F., dkk (2022), dibandingkan dengan pasar tradisional, pasar modern memiliki mix marketing, yang mencakup produk, harga, lokasi, dan promosi, yang lebih unggul, seperti kebutuhan non-pangan. Pertama, produk yang ditawarkan di pasar tradisional dapat dikatakan hampir sama, tetapi dalam pasar modern, variasi produk lebih banyak, penataan produk lebih rapi, dan tentunya lebih mudah bagi konsumen untuk mencari informasi dan membeli barang dipasar modern. Dalam kualitas produk juga di pasar modern terjamin dibandingkan di pasar tradisional, dikarenakan pasar modern selalu menjaga brand image dan kualitas produknya. Dari segi harga, pasar modern lebih mahal dibandingkan dengan pasar tradisional. Namun, pelanggan seringkali tetap berbelanja di pasar modern karena harganya yang relatif murah, dan diskon sering terjadi. Kemudian dalam hal lokasi, pasar modern benar-benar memberikan kondisi yang terbaik untuk konsumen. Tempat yang dibangun untuk pasar modern juga sangat baik serta dengan kondisi yang bersih dan fasilitas pendukung konsumen untuk berbelanja; seperti, tempat parkir yang luas, trolley, dan tas belanja. Terakhir tentang promosi, pasar modern mempunyai keunggulan dalam hal teknologi dan sumber daya dalam hal promosi dan marketing.

Peraturan presiden nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern menyatakan, pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh

pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat lokal dengan tempat usaha seperti kios, tenda, atau nama lain yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil menengah. Pasar tradisional terdapat dua pedagang yaitu pedagang pangan dan pedagang non-pangan. Pedagang pangan merupakan pedagang menjual berbagai daging, ikan, beras, sayuran, dan kebutuhan pokok serta kebutuhan sehari-hari lainnya. Pedagang pangan biasanya memiliki permintaan pelanggan yang stabil karena produk yang mereka jual merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebaliknya, pedagang non-pangan menawarkan barang-barang sekunder seperti perlengkapan rumah, aksesoris, pakaian, pakaian, sandal, aksesoris dan lainnya.

Kecamatan Sidomulyo merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, Indonesia. Di Kecamatan Sidomulyo ini terdapat pasar tradisional yang berada di Desa Sidodadi dan Desa Sidorejo, Pasar Tradisional Sidomulyo tersebut saling berhadapan dan dipisahkan oleh jalan raya utama Kecamatan Sidomulyo. Pasar Tradisional Sidomulyo menjadi tempat tujuan masyarakat untuk berbelanja kebutuhannya sehari-hari. Sebagai Pasar Tradisional Sidomulyo satu-satunya di Kecamatan Sidomulyo, Di pasar ini menjual berbagai kebutuhan pangan seperti beras, terigu, gula, garam, sayur-mayur, bawang, cabe, ikan, ayam, sembako dan lainnya. Adapun yang menjual kebutuhan non-pangan seperti pakaian, perlengkapan dapur, perlengkapan kamar mandi, dan masih banyak lainnya. pengar

Berdasarkan observasi, UKM *Moment* Sidomulyo sebagai bentuk pasar modern di Desa Seloretno Kecamatan Sidomulyo. UKM *Moment* Sidomulyo yang sebelumnya bernama Multimart ini diresmikan sejak tanggal 2 juli 2022. UKM *Moment* Sidomulyo hanya menjual jenis barang non-pangan seperti peralatan sehari-hari, alat elektronik, pakaian, mainan anak, aksesoris, alat tulis, peralatan sekolah dan masih banyak lainnya (Handika, 2023). UKM *Moment* Sidomulyo adalah salah satu jenis pasar modern *Department store* yang merupakan tempat penjualan eceran yang mempekerjakan banyak karyawan dengan menjual berbagai macam barang non-pangan. UKM *Moment*

Sidomulyo tersebut merupakan jual beli yang sifatnya barang non-pangan sehingga dapat mempengaruhi hampir dari seluruh pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo. Dengan demikian, kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo ini sebagai kompetitor pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo.

UKM *Moment* Sidomulyo berada di Kecamatan Sidomulyo di Desa Seloretno yang jaraknya 1,0 km dengan waktu tempuh 2 menit dengan Pasar Tradisional Sidomulyo (Berdasarkan data dari Google Maps, 2025). Maka hal ini, yang menimbulkan keberadaan Pasar Tradisional Sidomulyo menjadi berkurang sehingga menimbulkan persaingan. Meskipun barang yang dijual relatif sama, masyarakat lebih suka berbelanja di UKM *Moment* Sidomulyo. Sehingga hal ini mempengaruhi keberlangsungan ekonomi dan stabilitas pedagang khususnya pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo.

Keberlangsungan ekonomi Pasar Tradisional Sidomulyo bukan dilihat dari pendapatan saja, tetapi juga seberapa pedagang bisa bertahan, dan menyesuaikan diri dalam persaingan adanya UKM *Moment* Sidomulyo. Pedagang mengalami penurunan pendapatan karena tidak dapat bersaing dalam harga, variasi produk, dan jarak yang lumayan dekat antara Pasar Tradisional Sidomulyo dengan UKM *Moment* Sidomulyo. Sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai persaingan usaha yang tidak adil. Adanya persepsi masyarakat terhadap pasar modern juga berbeda-beda. Beberapa kelompok masyarakat mendukung pasar modern. Misalnya, kalangan menengah ke atas mendapat manfaat dari pasar modern karena mereka bisa berbelanja dengan bebas dan nyaman. Namun, sering disebutkan bahwa pedagang pasar tradisional merasa dirugikan oleh keberadaan pasar modern (Firmansyah, 2024).

Berdasarkan temuan peneliti dalam video di media sosial akun @pemkab.lampung selatan menunjukkan bahwa keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo berdampak signifikan. Bupati Lampung Selatan menyatakan para pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo mengatakan mereka mengalami penurunan pendapatan karena pembeli saat ini memilih berbelanja di UKM

Moment Sidomulyo sehingga jumlah konsumen lebih meningkat dikarenakan harganya sudah tercantum, nyaman dan terlihat rapi dalam penataan barang, parkir gratis, dan fasilitas lengkap. Pasar Tradisional Sidomulyo yang lebih dulu ada dibandingkan UKM *Moment* Sidomulyo secara tidak langsung pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo merasakan dampak dari kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo. Banyak masyarakat yang tinggal di sekitar Pasar Tradisional Sidomulyo kini beralih memilih belanja di UKM *Moment* Sidomulyo dengan alasan lebih lengkap dan nyaman atau sekedar melihat-lihat, meskipun sebenarnya produk-produk yang ada di UKM *Moment* Sidomulyo pun tersedia di Pasar Tradisional Sidomulyo. Selain itu ruang bersaing pedagang Pasar Tradisional kini juga mulai terbatas, kalau selama ini Pasar Tradisional Sidomulyo dianggap unggul dalam memberikan harga relatif rendah untuk banyak komoditas. UKM *Moment* Sidomulyo yang memberikan kelengkapan & ketersediaan produk yang dijual, kualitas produk yang di jual, potongan harga (*discon*) dan fasilitas yang nyaman salah satunya rolling belanja, kipas setiap sudut ruangan, parkir gratis yang diberikan sehingga membuat para konsumen beralih dari Pasar Tradisional Sidomulyo ke UKM *Moment* Sidomulyo. Situasi tersebut menjadi tantangan bagi pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo terutama pedagang non-pangan. Sehingga pedagang non-pangan perlu meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan agar bisa bersaing.

Pada penelitian Rizki dan Sri (2020) menjelaskan bahwa situasi ini terjadi karena pasar tradisional masih kalah dengan pasar modern dalam hal fitur fisik dan layanan. Pasar modern memiliki area pelayanan yang lebih luas dan kondisi fisik yang jauh lebih baik. Penelitian tersebut menerapkan implementasi kebijakan pemerintah daerah dan perubahan struktur tata letak fisik pasar tradisional. Akan tetapi, penelitian ini tidak mengkaji secara mendalam dampak sosial dan strategi adaptif para pedagang terutama pedagang non-pangan pasar tradisional yang menghadapi perubahan ini.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami perubahan sosial dan ekonomi yang dialami pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo akibat

keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo. Keberadaan UKM *Moment* tersebut tidak hanya berdampak pada jumlah konsumen dan pendapatan pedagang non-pangan. Tetapi mempengaruhi pola interaksi sosial, cara berdagang serta posisi pedagang non-pangan dalam struktur pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan teori strukturasi sosial Anthony Giddens untuk melihat pedagang non-pangan bukan sekedar sebagai pihak yang terdampak, tetapi sebagai agen aktif memiliki kemampuan untuk merespon dan menyesuaikan diri terhadap perubahan struktur persaingan yang muncul. Pada penelitian sebelumnya, kajian umumnya melihat pada dampak keberadaan pasar modern terhadap penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional. Namun, masih terbatas penelitian yang membahas bagaimana pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo menyesuaikan strategi usahanya dalam konteks sosial ekonomi, serta bagaimana interaksi antara struktur pasar modern dan tindakan pedagang non-pangan membentur realitas sosial baru seperti yang terjadi di Kecamatan Sidomulyo. Oleh karena itu, penelitian ini dengan mengkaji dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo, dan menganalisis penyusaiaan dan respon pedagang non-pangan dalam konsep strukturasi sosial. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlangsungan Pasar Tradisional Sidomulyo ditengah persaingan dengan UKM *Moment* Sidomulyo sebagai pasar modern lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo di Kecamatan Sidomulyo?

2. Bagaimana strategi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo dalam menghadapi keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Dampak Keberadaan *UKM Moment* Terhadap Keberlangsungan Ekonomi Pedagang Non-Pangan Pasar Tradisional: Analisis Strukturasi Sosial di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan

1. Untuk mengkaji dampak keberadaan *UKM Moment* Sidomulyo terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo di Kecamatan Sidomulyo
2. Untuk memahami bagaimana strategi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo dalam menghadapi keberadaan *UKM Moment* Sidomulyo

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak. Pada penelitian ini manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian sosiologi ekonomi dengan menggunakan strukturasi sosial Anthony Giddens untuk meningkatkan pengetahuan tentang dinamika agen dan struktur mengenai dampak keberadaan *UKM Moment* Sidomulyo terhadap pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan dan membantu memahami perilaku konsumen dalam memilih untuk berbelanja di antara *UKM Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai informasi untuk pemerintah dalam menentukan kebijakan yang tepat guna menata kedua pasar tersebut agar

bisa mempertahankan keberadaan Pasar Tradisional agar bisa mendukung keberlangsungan Pasar Tradisional Sidomulyo maupun UKM *Moment* Sidomulyo. Penelitian ini juga diharapkan bisa sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar

2.1.1 Pengertian Pasar

Menurut Yulianti, dkk. (2021) mengatakan pasar itu sendiri merupakan salah satu tempat terjadinya transaksi jual beli barang atau jasa antara konsumen dan produsen. Pasar ada berbagai macam klasifikasinya seperti pasar menurut bentuk kegiatannya, pasar menurut cara transaksinya, pasar menurut jenis barangnya, pasar menurut keleluasaan distribusinya. Pasar memiliki arti tempat yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar berfungsi sebagai tempat berinteraksi selain sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual. Pasar mencakup penawaran dan permintaan serta semua transaksi yang melibatkan pertukaran barang dan jasa antara pembeli dan penjual

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi yang mana didalamnya terjadi proses jual beli, yang menurut kelas mutu pelayanannya bisa dikategorikan sebagai pasar tradisional dan pasar modern, dan menurut sifat penyalurannya dapat dikategorikan sebagai pasar eceran dan pasar grosir. Dari beberapa pengertian pasar di atas penulis menarik kesimpulan bahwa pasar adalah tempat bertemunya atau berinteraksinya pembeli dan penjual dalam melakukan penawaran dan permintaan barang dan jasa.

Definisi dan pengertian pasar sangatlah luas, meliputi aspek sosial budaya dan ekonomi. Perspektif ekonomi pasar secara fisik didefinisikan sebagai lokasi terjadinya transaksi barang dan jasa. Secara ekonomi, pasar adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran seseorang yang menginginkan sesuatu dan membelinya dengan harga yang dapat diterima kedua belah pihak. Menurut sudut pandang sosial budaya, tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas tingkat masyarakat dalam pasar (Djoko, 2020)

2.1.2 Pasar Modern

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *departemen store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Toko modern adalah toko dengan sistem swalayan atau swalayan, sistem harga tetap (tanpa tawar-menawar), dan menjual berbagai jenis produk eceran (Rizki, M., & Sri, T. 2020)

Pada tahun 1970-an sudah berkembang pasar modern di Indonesia, akan tetapi masih berpusat di kota-kota besar. Dalam upaya untuk menemukan konsumen, pasar modern mulai menyebar ke kota-kota kecil. Pasar modern juga dapat disebut sebagai ritel modern atau toko modern karena merupakan jenis usaha ritel (Dewi, 2020). UKM *Moment* Sidomulyo merupakan salah satu bentuk pasar modern yang berdiri di Kecamatan Sidomulyo, Lampung Selatan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti (2025), Secara bentuknya UKM *Moment* Sidomulyo lebih menyerupai *department store*, karena menjual berbagai kebutuhan non-pangan seperti pakaian, perlengkapan rumah tangga, hingga kebutuhan harian lain yang bersifat sekunder. Sistem pelayanannya menggunakan staf toko dan kasir manual, dengan penataan barang yang rapi dan ruang belanja yang lebih nyaman dibanding Pasar

Tradisional Sidomulyo. Kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo ini menjadi pesaing baru bagi pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo karena menawarkan kenyamanan dan variasi produk yang berbeda.

Ada banyak jenis barang yang tersedia di pasar modern, termasuk barang lokal maupun impor. Kualitas barang yang ditawarkan pada dasarnya terjamin dikarenakan adanya penyeleksian yang ketat, sehingga jika tidak sesuai dengan kriteria klasifikasi maka barang akan ditolak. Dari segi kuantitas, pasar modern memiliki stok barang digudang yang banyak. Di pasar modern, harga ditandai dengan jelas. Dari segi fasilitas keranjang belanja, kasir dan penjaga toko yang berpengalaman, penempatan tata barang yang mudah dijangkau dan cukup lengkap dan lingkungan yang bersih serta nyaman merupakan semua fitur pasar modern yang memberikan pelayanan yang baik (Arnisya, 2020). Dapat disimpulkan pasar modern adalah pasar yang dikelola secara modern, dengan memberikan layanan mandiri dan menjual barang dengan harga yang tepat. Pasar modern merupakan tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang memadai

1. Ciri-ciri pasar modern

Menurut Harsono, dkk. (2024), pasar modern memiliki ciri-ciri antara lain:

- a. Harga sudah tertera di barang yang dijual dan umumnya diberi barcode
- b. Memprioritaskan aspek kenyamanan
- c. Tidak ada sistem tawar menawar
- d. Mempunyai penataan ruang yang membuat nyaman para pembeli

2. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Modern

Menurut Febriani, dkk. (2023), kelebihan pasar modern antara lain:

- a. Menawarkan berbagai pilihan pembayaran seperti kartu kredit
- b. Jumlah produk di pasar modern dapat diukur dengan persediaan yang lumayan banyak.

- c. Memiliki tempat yang bersih dan nyaman
- d. Kualitas dan kebaikan produk
- e. Kontrol manajemen yang bagus
- f. Pilihan produk mulai dari produk lokal sampai impor

Menurut Yaqin, (2020b), kekurangan pasar modern antara lain:

- a. Penjual dan pelanggan tidak dapat berinteraksi secara langsung karena pembeli dapat melihat label harga di barcode yang berada dalam gedung atau layanan yang sudah disediakan oleh mereka atau karyawan yang bekerja
- b. Dalam hal proses jual beli dimana pelanggan tidak dapat menegosiasikan harga barang yang akan dibeli karena harga sudah ditetapkan

2.1.3 Pasar Tradisional

Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern No 112 Tahun 2007, tentang pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dimiliki atau dioperasikan oleh pedagang kecil dan menengah, koperasi, sektor swasta, atau swadaya masyarakat, dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.

Karakteristik pasar tradisional seperti tawar-menawar harga barang, hal itu mencerminkan interaksi sosial antara pembeli dan penjual. Banyak *vendor independen* yang mengelola kios mereka sendiri di pasar ini tanpa memerlukan tata kelola terpusat. Barang yang dijual mayoritas dari lokal, berlokasi di area terbuka tanpa pendingin. Para pedagang beragam dan dikategorikan berdasarkan jenis barang yang mereka jual, termasuk daging, makanan laut, sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah. Pemerintah daerah mengawasi keseluruhan operasional, sehingga menghasilkan lingkungan bisnis yang beragam. Namun, terorganisasi yang disesuaikan dengan sifat perdagangan. (Yulianti, dkk. 2021)

Pasar tradisional adalah salah satu usaha ritel dengan melibatkan pedagang kecil. Pedagang eceran skala kecil adalah mereka yang berjualan di pasar tradisional. Pelaku pasar tradisional meliputi para petani, nelayan, perajin, dan industri rumah tangga. Pasar tradisional merupakan pusat kegiatan sosial ekonomi masyarakat, maka hubungan ekonomi yang terjadi di sana menghasilkan interaksi sosial yang erat antara pedagang dan pemasok, pedagang dan konsumen, dan pedagang dengan pedagang sehingga turun temurun sosial ini mencerminkan kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain (Peraturan Menteri Perdagangan, 2013).

1. Ciri - ciri pasar tradisional

Menurut Dewi, (2020), pasar tradisional memiliki ciri ciri antara lain:

- a. Menjual barang atau jasa secara eceran untuk bisa dijual kembali.
- b. Melibatkan banyak pedagang kecil.
- c. Fasilitas dan bangunan pasar yang sederhana.
- d. Pemerintah daerah yang menangani kepemilikan dan pengelolaan pasar.

2. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Tradisional

Menurut Wibowo, dkk. (2022), pasar tradisional memiliki kelebihan dan kekurangan diantaranya sebagai berikut:

a. Kelebihan pasar tradisional antara lain:

- a) Untuk kualitas barang tidak kalah dengan pasar modern.
- b) Harganya lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern
- c) Banyak pembeli datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur-sayuran, ikan dan lain
- d) Memungkinkan pembeli untuk dapat menawar harga barang sehingga mencapai kesepakatan dengan pedagang

b. Kekurangan pasar tradisional antara lain:

- a) Pembagian wilayah kategori barang dagangan yang kurang jelas

- b) Banyak tokoh yang menaruh barang dagangan sampai keluar toko sehingga membuat gang yang menjadi sempit.
- c) Tempat yang kurang teratur dan kurang bersih;
- d) Bau yang tak sedap

2.1.4 Karakteristik Pasar Modern dan Pasar Tradisional

Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Dengan pergi ke pasar, kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Adapun karakteristik antara pasar tradisional dan pasar modern, yaitu:

Tabel 2. 1 Karakteristik Pasar Modern dan Pasar Tradisional

No	Aspek	Pasar Modern	Pasar Tradisional
1.	Histories	Fenomena baru	Evolusi anjang
2	Pemilikan Kelembagaan	Umumnya perorangan/swasta	Pemilik masyarakat/desa pemda, sedikit swasta
3	Modal	Modal kuat/digerakan swasta	Modal lemah/swadya masyarakat/subsidi
4	Fisik	Baik dan mewah	Kurang baik, sebagian baik
5	Konsumen	Golongan menengah atas	Golongan menengah kebawah
6	Status Tanah	Tanah perorangan/swasta	Tanah negara, sekali kali swasta
7	Metode Pembayaran	Sudah terletak harga/barcode	Dilayani dengan tawar menawar
8	Pembangunan	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta	Pembangunan dilakukan pemda/masyarakat/desa

9	Pembiayaan	Tidak ada subsidi	Kadang-kadang ada subsidi
10	Jaringan	Sistem rantai, korporasi nasional maupun terkait dengan modal luar negeri (manajemen terealisasi)	Pasar regional, pasar kawasan, dan pasar kota
11	Pedagang yang masuk	Pedagang (tunggal) atau pedagang formal skala menengah dan besar	Masal, beragam, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar
12	Transaksi	Tidak dilakukan secara langsung	Dilakukan secara langsung, bisa dengan proses tawar menawar
13	Peluang masuk/partisipasi	Terbatas, umumnya pedagang tunggal dan menengah ke atas	Bersifat seperti (pedagang kecil menengah dan besar)

Sumber: Masyhuri, M., & Utomo, S. W., 2017.

2.2 Pedagang Non-Pangan

Pedagang adalah individu atau organisasi yang terlibat dalam jual beli di pasar. Pedagang adalah orang atau organisasi yang terlibat dalam perdagangan langsung atau tidak langsung dalam produk atau barang dengan konsumen. Menurut pandangan ekonomi sosiologi Dr. Damsar membagi pedagang ke dalam kelompok-kelompok tergantung pada bagaimana mereka mengelola pendapatan perdagangan dan bagaimana kaitannya dengan ekonomi keluarga. Pedagang dibedakan menjadi tiga kategori yaitu pedagang eceran, pedagang grosir, dan distributor pedagang tunggal (Melina, 2024).

Menurut Bangsawan, S., & Sanyoto, Y. W. (2017) pada pasar tradisional pedagang pada umumnya dibagi menjadi dua yaitu pedagang pangan dan pedagang non-pangan. Pedagang pangan adalah pelaku usaha yang menawarkan kebutuhan pokok untuk kehidupan sehari-hari, termasuk beras, sayur-sayuran, daging, ikan, telur, dan rempah-rempah. Karena kebutuhan ini bersifat primer yaitu kebutuhan dasar yang wajib dipenuhi untuk keberlangsungan hidup, sehingga permintaan pasar berlangsung dengan stabil dan konsisten. Karena itu, pedagang pangan umumnya mempunyai ketahanan pangan yang relatif kuat meskipun menghadapi tekanan dari pasar modern. Sehingga konsumen masih membutuhkan keberadaan pedagang pangan, terutama dalam hal harga yang kompetitif dan produk-produk baru.

Pedagang non-pangan merupakan pedagang bukan dari sektor pangan atau yang tidak menyediakan kebutuhan pokok, tetapi pedagang yang menawarkan barang seperti pakaian, alat tulis, perabotan rumah tangga dll. Keberadaan pedagang non-pangan mendukung aktivitas terhadap ekonomi lokal karena dapat menambah daya tarik dan keberagaman barang di pasar tradisional. Pedagang non-pangan menjual barang musiman, barang lokal, dan kebutuhan sehari-hari yang sifatnya kebutuhan sekunder tetapi juga tetap dibutuhkan oleh pelanggan (Alviyanti, 2024).

Dalam penelitian ini pedagang non-pangan sering mengalami tekanan seperti bersaing dengan UKM *Moment Sidomulyo* yang menyediakan barang sejenis dalam lingkungan yang lebih bersih, nyaman, dipromosikan dengan digital. Tidak hanya dalam hal harga dan fasilitas dan promosi besar-besaran, tetapi juga pada perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja di UKM *Moment Sidomulyo*.

2.4 Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional

Pada dasarnya pasar tradisional dan pasar modern memiliki keunggulan dan kelebihan masing-masing dalam hal pembagian pasar. Secara ekonomi, kehadiran pasar modern berdampak terhadap pasar tradisional terutama pelaku

usaha ritel lain di sekitar pasar modern, dan pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar (Pameling, dkk. 2024)

2.4.1 Dampak Ekonomi

Pesatnya pertumbuhan pasar modern telah menimbulkan kekhawatiran bagi banyak pihak, terutama terkait dampaknya terhadap pendapatan pedagang, baik pedagang pangan maupun non-pangan pasar tradisional. Dari segi omset dan pendapatan pasar tradisional mengalami penurunan omset rata-rata 30%-40% sejak maraknya pasar modern disekitar lokasi mereka (Pameling, dkk. 2024). Penurunan omset tersebut menunjukkan adanya perubahan struktur persaingan yang mempengaruhi kemampuan pedagang pasar tradisional dalam mempertahankan usahanya.

Sebagian besar pedagang non-pangan di pasar tradisional khawatir akan berkurangnya jumlah konsumen karena semakin banyaknya masyarakat yang lebih memilih belanja barang non-pangan di pasar modern. Berkurangnya jumlah konsumen berdampak langsung pada menurunnya pendapatan pedagang, pendapatan pedagang tradisional yang bergantung pada jumlah konsumen yang berkunjung pada tradisional dan transaksi setiap hari (Handayani, dkk. 2022). Oleh karena itu, penurunan jumlah konsumen menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang.

Selain itu, kondisi fasilitas pasar tradisional juga turut mempengaruhi aspek ekonomi pedagang. Fasilitas pasar yang kurang memadai, seperti kondisi bangunan, kebersihan, dan penataan kios, berdampak pada tingkat kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Ketidaknyamanan inilah mendorong konsumen memilih berbelanja di pasar modern yang memiliki fasilitas yang tertata. Akibatnya, pedagang tradisional mengalami penurunan jumlah konsumen yang secara tidak langsung menurunkan pendapatan mereka.

2.4.2 Dampak Sosial

Perilaku konsumen mencakup keputusan yang mengarah pada mereka yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa. Dalam menentukan pilihan tempat berbelanja, perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain lokasi, promosi atau iklan, harga, kualitas barang personal penjualan, pelayanan, suasana toko dan atribut fisik toko (Wibowo, dkk. 2022).

Kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo mempengaruhi pola perilaku belanja konsumen. Hal ini terlihat berdasarkan temuan peneliti konsumen cenderung memilih berbelanja di UKM *Moment* Sidomulyo karena menawarkan fasilitas yang lengkap, kenyamanan tempat, kemudahan akses, serta harga yang relatif stabil. Kondisi ini mendorong terjadinya pergeseran preferensi konsumen dari Pasar Tradisional Sidomulyo ke UKM *Moment* Sidomulyo sebagai pasar modern.

Perubahan konsumen tersebut membuat menurunnya jumlah konsumen ke pasar tradisional. Jumlah pembeli yang datang ke lapak pedagang cenderung berkurang dan tidak menentu. Penurunan jumlah konsumen tersebut tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi pedagang, tetapi mempengaruhi juga intensitas sosial antar pedagang dan konsumen. Disisi lain, pasar tradisional memiliki karakteristik interaksi sosial yang khas, seperti adanya proses tawar menawar dan hubungan yang dekat antar pedagang dan konsumen. Perbedaan karakteristik antar pasar tradisional dan pasar modern menunjukkan bahwa pasar modern lebih menekankan aspek efisiensi, kelengkapan barang, fasilitas, sedangkan pasar tradisional lebih menonjolkan pengalaman sosial dalam aktivitas jual beli (Sulaiman dan Suparjono, 2023). Maka karena itu, persaingan antar pasar tradisional dan pasar modern tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi berkaitan juga dengan perubahan pola interaksi sosial dan preferensi konsumen dalam menentukan tempat berbelanja.

Kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo sebagai struktur ekonomi baru yang membawa perubahan dalam kehidupan sosial pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo. Pedagang non-pangan menghadapi tekanan persaingan dari UKM *Moment* Sidomulyo yang memiliki fasilitas yang lengkap, memiliki sistem manajemen lebih terorganisir, dan harga yang kompetitif. Perubahan tersebut tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi mempengaruhi pola interaksi sosial antara pedagang non-pangan dan konsumen. Meskipun demikian, pedagang non-pangan tetap menunjukkan kemampuan adaptasi sebagai agen dengan mempertahankan hubungan sosial yang telah terbangun, seperti kedekatan dan kepercayaan dengan konsumen. Pemanfaatan modal sosial menjadi salah satu strategi bertahan pedagang dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern (Kamuri, 2021).

Berdasarkan uraian pada dampak ekonomi dan sosial diatas, dapat digunakan dalam menganalisis terkait hadirnya UKM *Moment* Sidomulyo yang tidak hanya memunculkan tekanan pada pendapatan pedagang non-pangan, tetapi memicu perubahan dalam struktur sosial ekonomi Pasar Tradisional Sidomulyo. Penurunan omset dan berkurangnya jumlah konsumen karena kondisi Pasar Tradisional Sidomulyo. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola persaingan dari yang sebelumnya dengan kedekatan sosial menjadi lebih berorientasi pada efisien, kenyamanan dan fasilitas yang di tawarkan di pasar modern. Dari sisi ekonomi, perubahan ini memperlihatkan bahwa pedagang non-pangan berada dalam posisi yang rentan karena akibat keterbatasan dalam memenuhi standar UKM *Moment* Sidomulyo sebagai pasar modern, baik dari segi fasilitas maupun sistem pelayanan. Sementara itu, dari sisi sosial, berkurangnya interaksi antara pedagang dan konsumen yang menandakan terjadinya pergeseran dalam aktivitas jual beli di mana hubungan sosial yang sebelumnya menjadi ciri khas Pasar Tradisional Sidomulyo mulai tergantikan oleh pola transaksi yang lebih praktis dan impersonal di UKM *Moment* Sidomulyo.

2.3 Strategi Pedagang Pasar Tradisional

Strategi adalah metode yang digunakan untuk mencapai tujuan berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal. Strategi adalah langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan mewujudkan visinya. Menurut Fisk (2006, dalam Bangsawan, S., & Sanyoto, Y. W., 2017), Strategi adalah masalah pilihan, menentukan dimana dan bagaimana cara bersaing, serta pasar, konsumen, merek, dan produk mana yang diprioritaskan. Menurut definisi yang diberikan di atas, strategi adalah serangkaian pilihan dan tindakan yang dilakukan untuk memenangkan persaingan dan mencapai tujuan bisnisnya.

Pasar Tradisional harus memiliki keunggulan terhadap pesaing agar mampu bersaing, dengan menawarkan biaya yang lebih rendah atau dengan keuntungan yang lebih besar sebagai hasil dari harga yang lebih tinggi. Keberhasilan usaha tergantung pada *marketing success*. Keberhasilan usaha harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Bangsawan, S., & Sanyoto, Y. W. (2017)., saat menentukan strategi untuk dapat berdaya saing, para pedagang harus mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan usahanya antara lain:

1. Strategi Produk

Produk yang dihasilkan harus berkualitas. Spesifikasi produk harus memenuhi harapan pelanggan untuk mencegah penipuan, memastikan kualitas terjamin. Saat menentukan strategi produk, hal itu mencakup penentuan jumlah, jenis, ukuran, dan warna produk

2. Strategi Promosi

Strategi promosi sebagai alat komunikasi pemasaran, promosi memfasilitasi pertukaran informasi antara pembeli dan penjual. Promosi digunakan untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan pelanggan untuk menanggapi barang atau jasa yang ditawarkan. Beberapa strategi yang bisa dilakukan pedagang pasar tradisional untuk bisa mengutamakan kepuasan pelanggan di era pasar modern antara lain:

- a. Melalui promosi langsung, di mana penjual berbicara langsung kepada calon pelanggan saat mereka melewati stan mereka,

memperkenalkan produk mereka dan mengajak untuk membeli produknya.

- b. Melalui promosi penjualan *word of mouth*, menciptakan kesan/citra yang positif kepada konsumen, seperti memanfaatkan pengalaman yang positif untuk menyebarkan informasi atau merekomendasikan produk dan jasa usahanya
- c. Melalui iklan (spanduk, banner atau media sosial), seperti dengan memasang spanduk tentang nama usaha, jenis usahanya dan membuat konten terkait usahanya

3. Strategi Harga

Harga produk yang kompetitif diperlukan untuk memenangkan persaingan. Dalam situasi ini, tidak diperkenankan untuk membandingkan harga untuk menjatuhkan pesaing. Bagi konsumen harga merupakan bentuk penyerahan atau kepuasan yang dilakukan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya atau keinginannya.

4. Strategi Sarana Prasarana/Fisik

Kondisi fisik pasar, ketersediaan tempat parkir, fasilitas toilet, kebersihan, akses ATM, dan penempatan pedagang berdasarkan jenis barang yang dijual merupakan contoh strategi fisik di pasar tradisional. hal ini penting untuk memenuhi kebutuhan, kepuasan dan permintaan pelanggan di pasar tradisional.

5. Pelayanan Pedagang

Standar pelayanan dituntut oleh pelanggan yang semakin tinggi. Dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif saat ini telah memaksa banyak pedagang pasar tradisional untuk meningkatkan layanan pelanggan mereka. Sementara itu pedagang perlu memperhatikan waktu operasional yang fleksibel. Pedagang juga perlu mempertimbangkan konteks sosial budaya dan lingkungan pelanggan mereka saat berbelanja, misalnya pada hari libur keagamaan, sekolah, dan nasional. Karena permintaan konsumen terhadap produk pedagang meningkat selama hari libur ini dibandingkan hari-hari biasa, sehingga pedagang sebaiknya harus tetap buka.

Berdasarkan konsep strategi menurut Bangsawan, S., & Sanyoto, Y. W. (2017), yang digunakan untuk menganalisis terkait strategi pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo terhadap hadirnya UKM *Moment* Sidomulyo sebagai pasar modern lokal. Kelima aspek strategi ini yang meliputi produk, promosi, harga, sarana prasarana, dan pelayanan yang menjadi indikator dalam melihat bagaimana pedagang non-pangan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Dalam penelitian ini, strategi tersebut sebagai bentuk respon aktif terhadap tekanan persaingan, dimana pedagang non-pangan berupaya mempertahankan pelanggan lama ataupun pelanggan baru, tetapi menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang mulai bergeser ke UKM *Moment* Sidomulyo.

2.5 Teori Strukturasi Sosial Anthony Giddens

Anthony Giddens (1984) melalui teori strukturasi sosial mengemukakan bahwa kehidupan sosial terbentuk dari hubungan timbal balik antara agen dan struktur. Struktur dan agen tidak diposisikan sebagai dua unsur yang terpisah, melainkan saling terkait dalam suatu hubungan yang disebut sebagai *duality of structure*. Struktur sosial menyediakan seperangkat aturan (*rules*) dan sumber daya (*resource*) yang dapat membatasi, namun juga membuka peluang bagi tindakan. Sementara itu, individu sebagai agen, melalui tindakan dan praktik sosial yang dijalankan secara terus menerus, berkontribusi dalam membentuk, mempertahankan, pada situasi tertentu mengubah struktur sosial yang ada. Oleh karena itu, struktur sosial tidak bersifat tetap, tetapi direproduksi dan dipertahankan melalui praktik sosial manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Teori strukturasi diperkenalkan oleh Anthony Giddens (1984), seorang sosiologi asal Inggris, yang dalam karyanya *The Constitution of Society*. Melalui teoritis ini, Giddens berusaha menjelaskan keterkaitan antara struktur dan agensi dalam kehidupan sosial. Ia mengkritik pandangan yang struktur sebagai faktor yang sepenuhnya menentukan tindakan, penentu tunggal tindakan, dan agensi sebagai aktor bertindak secara bebas. Menurut Giddens, tindakan sosial selalu berlangsung dalam aturan dan sumber daya tertentu yang

bersifat ganda, yaitu dapat membatasi sekaligus memungkinkan untuk bertindak (Giddens, 1984).

Dalam penelitian ini, teori strukturasi sosial digunakan sebagai landasan analisis untuk menjelaskan respons pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo terhadap kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo sebagai struktur sosial dan ekonomi baru di wilayah setempat. Keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo dipandang sebagai bagian dari struktur yang mempengaruhi perubahan pola persaingan usaha serta perilaku konsumen masyarakat. Sementara itu, pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo dipahami sebagai agen yang terlibat secara langsung dalam perubahan tersebut.

Dalam perspektif teori strukturasi, pedagang non-pangan tidak hanya sebagai aktor yang menerima dampak perubahan struktur ekonomi. Sebaliknya, mereka diposisikan sebagai agen yang memiliki kemampuan bertindak secara aktif melalui berbagai strategi adaptasi untuk menjaga keberlangsungan usaha. Strategi tersebut meliputi penyesuaian tingkat harga, pengaturan persediaan barang, peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, pemanfaatan jaringan relasi sosial, serta penerapan bentuk-bentuk promosi sederhana. Strategi tersebut merupakan praktik sosial yang menunjukkan hubungan timbal balik antara tindakan agen dan perubahan struktur ekonomi lokal. Oleh karena itu, teori strukturasi sosial menegaskan bahwa keberlangsungan usaha pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo terbentuk melalui interaksi yang terus-menerus antara struktur dan agensi.

Dalam teori strukturasi yang dikemukakan oleh Giddens (1984), konsep utama yang menjadi landasan utama adalah struktur, yang didefinisikan sebagai aturan (*rules*) dan sumber daya (*resources*) yang membentuk dan mengarahkan tindakan sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Struktur tidak berdiri secara terpisah dari aktor sosial, melainkan hadir dan bekerja melalui praktik-praktik sosial yang secara berkelanjutan di reproduksi oleh individu. Pada penelitian ini, struktur dimaknai sebagai sistem sosial dan ekonomi yang mempengaruhi aktivitas pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo. Sistem

tersebut mencakup keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo, kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Struktur ini memiliki karakter dualitas, yakni membuka peluang bagi pedagang non-pangan untuk beradaptasi dan bertindak, sekaligus membatasi mereka dalam mempertahankan keberlangsungan usaha (Giddens, 1984).

Konsep berikutnya dalam teori strukturasi adalah agen, yaitu aktor yang memiliki kemampuan untuk memahami kondisi sosial dan menyesuaikan tindakannya sesuai dengan situasi yang dihadapi (Giddens, 1984). Agen tidak dipandang sebagai pelaku yang bersifat pasif, melainkan sebagai individu yang memiliki kesadaran, pilihan, serta kemampuan untuk beradaptasi secara refleksif dalam merespons perubahan sosial. Agen mengacu pada kemampuan individu maupun kelompok dalam mengambil keputusan dan menentukan tindakan sebagai respons terhadap perubahan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, pedagang non-pangan di Pasar Tradisional dipahami sebagai agen yang secara aktif melakukan berbagai bentuk penyesuaian untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan kondisi sosial dan ekonomi akibat keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo.

Konsep lain adalah *Duality Of Structure*, yang menggambarkan keterkaitan timbal balik antara struktur dan agensi. Struktur, yang terdiri dari aturan (*rules*) dan sumber daya (*resource*), tidak hanya membatasi tindakan sosial, tetapi juga memberikan ruang bagi individu untuk bertindak. Demikian, tindakan individu hanya dapat dipahami dalam konteks struktur sosial yang ada (Giddens, 1984). Dalam penelitian ini, keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo dipandang sebagai struktur baru yang membentuk perubahan sosial dan ekonomi pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo, sementara tindakan dan strategi pedagang sebagai agen yang merespons terhadap perubahan tersebut sekaligus mempertahankan keberlangsungan sistem pasar tradisional.

Salah satu aturan (*rules*) dalam struktur pasar tradisional adalah praktik tawar-menawar. Praktik ini merupakan aturan yang diterima oleh pedagang non-pangan dan konsumen sebagai bentuk interaksi ekonomi. Praktik ini tidak hanya berkaitan dengan proses penetapan harga, tetapi digunakan sebagai

sarana pembentukan relasi sosial, kekuatan rasa saling percaya dan kedekatan antara pedagang dan konsumen. Berdasarkan konsep *duality of structure*, praktik tawar-menawar sebagai aturan yang tidak hanya membatasi sekaligus memberikan peluang bagi pedagang non-pangan dalam menjalankan aktivitas ekonominya.

Dalam situasi dimana struktur UKM *Moment* Sidomulyo yang ditandai dengan sistem harga serta relasi transaksi yang cenderung bersifat impersonal, pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo tetap mempertahankan praktik tawar-menawar sebagai upaya untuk menghadapi dan menyesuaikan diri dengan struktur modern tersebut. Melalui praktik tawar-menawar yang dilakukan secara berulang dalam aktivitas perdagangan sehari-hari, pedagang non-pangan tidak hanya mempertahankan keberlangsungan struktur Pasar Tradisional Sidomulyo, tetapi juga mengoptimalkan aturan (*rules*) yang ada sebagai sumber daya sosial dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik tawar-menawar sebagai bentuk resistensi terhadap ekonomi pasar modern.

Dalam teori strukturasi, Giddens mengemukakan dimensi ruang dan waktu (*time space distanciation*) sebagai aspek dalam memahami praktik sosial. Praktik sosial dipahami sebagai tindakan yang berulang dan selalu terjadi dalam konteks ruang dan waktu tertentu, sehingga kedua bagian tersebut tidak dapat dipisahkan dari tindakan sosial individu (Giddens, 1984). Melalui praktik sosial yang berlangsung secara terus-menerus, struktur sosial tidak hanya direproduksi, tetapi juga berpotensi mengalami perubahan. Dalam penelitian ini, dimensi waktu merujuk sebagai perubahan sosial yang muncul akibat UKM *Moment* Sidomulyo, sedangkan dimensi ruang mengacu pada lokasi interaksi sosial dan ekonomi, yaitu Pasar Tradisional Sidomulyo. Perubahan dalam ruang dan waktu ini membentuk pola interaksi ekonomi baru serta mendorong pedagang non-pangan untuk menyesuaikan tindakan dan menyusun strategi agar usaha mereka tetap bertahan.

Relevansi teori strukturasi dalam penelitian bahwa perubahan sosial dan ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh munculnya struktur baru, tetapi juga

oleh respons agen melalui tindakan sosial mereka. Dalam penelitian ini, UKM *Moment* Sidomulyo dipandang sebagai struktur sosial-ekonomi baru yang memengaruhi dinamika perdagangan di Pasar Tradisional Sidomulyo, khususnya bagi pedagang non-pangan. Kehadiran struktur tersebut membawa dampak pada perilaku belanja masyarakat, tingkat persaingan usaha, dan jumlah konsumen. Namun, perubahan ini tidak secara langsung menentukan keberlangsungan usaha pedagang, karena mereka tetap memiliki kemampuan untuk bertindak, menyesuaikan strategi, dan beradaptasi guna mempertahankan kelangsungan usaha mereka.

Dengan demikian, teori strukturasi sosial Anthony Giddens memberikan landasan konseptual untuk memahami interaksi antara pedagang non-pangan sebagai agen dan UKM *Moment* Sidomulyo sebagai struktur sosial yang baru. Teori ini menekankan bahwa perubahan ekonomi lokal tidak dapat dipandang hanya sebagai akibat dari struktur yang bersifat satu arah, melainkan hasil dari hubungan sosial antara struktur dan tindakan agen. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana pedagang non-pangan memahami perubahan yang terjadi serta merancang strategi adaptif untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan sosial dan ekonomi yang terus berkembang.

2.6 Penelitian Terdahulu

Adapula beberapa tinjauan pustaka penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan sumber referensi dan perbandingan mengenai kajian dalam penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Metode	Hasil Peneliti	Perbedaan Penelitian
Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024).	Kualitatif	Hasil penelitian ini menggunakan teknologi digital di pasar, sistem pembayaran, dan	Penelitian ini lebih fokus pada pengaruh pasar modern di era digital. Studi ini

Peneliti	Metode	Hasil Peneliti	Perbedaan Penelitian
Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Era Digital		manajemen saat ini telah menyebabkan kesenjangan dengan pemasaran tradisional, sebagaimana dibuktikan oleh penurunan omzet dan penurunan kunjungan pasar tradisional. Sehingga pasar tradisional memerlukan strategi adaptasi digital yang sesuai dan didukung oleh peraturan pemerintah yang sesuai.	menekankan bagaimana perilaku konsumen telah berubah dari pasar tradisional ke pasar modern hal itu dikarenakan penerapan sistem pembayaran digital, manajemen terpadu, dan strategi pemasaran berbasis teknologi.
Sudarsono, S., & Wajdi, M. (2024). Implikasi <i>Minimarket</i> Misi Pasar Raya pada Pola Konsumsi Masyarakat di Kecamatan Tanete Rilau	Kualitatif	Keberadaan minimarket membuat pola konsumsi masyarakat dan perilaku konsumen berubah. Dampak negatif dengan munculnya <i>minimarket</i> , para pelaku usaha kecil menghadapi tantangan dan persaingan yang ketat. Pasar modern seperti <i>minimarket</i> menjadi pesaing dan akan menjadi ancaman bagi pedagang pasar tradisional, seperti perubahan gaya hidup	Penelitian ini lebih fokus pada implikasi <i>minimarket</i> misi pasar raya pada pola konsumsi masyarakat di kecamatan tante rilau. Studi ini mengkaji perubahan kebiasaan belanja masyarakat akibat keberadaan <i>minimarket</i> . Sebelumnya, mereka berbelanja di toko kecil dan pasar tradisional, tetapi kini

Peneliti	Metode	Hasil Peneliti	Perbedaan Penelitian
		masyarakat, biaya, dan kondisi pasar tradisional.	mereka lebih memilih <i>minimarket</i> karena kemudahan, fasilitas, dan pilihan barang yang beragam.
Arnisya, R. (2020). Analisis Dampak Keberadaan <i>Minimarket</i> Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus di Wilayah Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)	Kualitatif	Keberadaan <i>minimarket</i> modern bagi toko kelontong memiliki dampak yang merugikan pada jumlah pelanggan, pendapatan, dan omzet. Implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern pun belum dilaksanakan secara efektif sebagaimana mestinya untuk melindungi pedagang tradisional dan memaksimalkan keberadaan kedua jenis pasar tersebut. Sehingga sebagian pelaku usaha kelontong tidak bisa bersaing secara harga maupun strategi pemasaran.	Penelitian ini lebih fokus pada dampak keberadaan <i>minimarket</i> terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di Kelurahan Srengseng kecamatan Kembangan, Studi ini menjelaskan bagaimana pemilik toko kelontong memandang <i>minimarket</i> , bagaimana kehadiran mereka mempengaruhi penjualan, laba, dan jumlah pelanggan, serta bagaimana aturan pemerintah yang mengatur tata letak <i>minimarket</i> yang diterapkan di lapangan.
Priatna dan Gojali,	Mix Method	Hasil penelitian ini menunjukkan	Penelitian ini lebih fokus pada analisis

Peneliti	Metode	Hasil Peneliti	Perbedaan Penelitian
(2021). Analisis Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor		bagaimana pasar modern lebih unggul daripada pasar tradisional dalam beberapa hal, termasuk harga, kebersihan, tata kelola, maupun pemasaran. Akan tetapi pasar tradisional masih memiliki daya tarik bagi masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan juga memiliki keunggulan tersendiri adanya kedekatan sosial dengan konsumen.	potensi bersaing pasar tradisional terhadap pasar modern di kota bogor dan kabupaten bogor dengan pendekatan bauran pemasaran (<i>mix marketing</i>). Studi ini melihat bagaimana konsumen menilai kedua jenis pasar tersebut, berdasarkan faktor-faktor seperti lokasi, harga, promosi, dan produk.
Firmansyah, D., Kuswardani, R. A., & Simanullang, E. S. (2024). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang di	Mix Method	Bahwa pendapatan pedagang pasar tradisional menurun, sebelum adanya pasar modern sebesar Rp3.777.000 perbulan sekarang menjadi Rp1.406.334 akibat kehadiran <i>Alfamart</i> dan <i>Indomaret</i> . Sementara itu, pedagang sembako terkena dampaknya sehingga jumlah	Penelitian ini lebih fokus pada bagaimana dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang di pasar tradisional di kabupaten simalungun. Penelitian ini menekankan bagaimana kedua pasar tersebut bersaing, terutama

Peneliti	Metode	Hasil Peneliti	Perbedaan Penelitian
Pasar Tradisional di Kabupaten Simalungun.		pelanggan dan omzet menurun. Dengan demikian, jumlah bahan pangan yang dijual dipasar tradisional mengalami penurunan akibat keberadaan <i>Alfamart</i> dan <i>Indomaret</i> .	dalam hal daya tarik konsumen, harga, dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, studi ini lebih berfokus pada persaingan umum antara kedua jenis pasar tersebut.

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada dampak ekonomi pasar tradisional, termasuk peran regulasi pemerintah, perubahan pola konsumsi konsumen, serta penurunan omzet, pendapatan, dan jumlah pelanggan. Namun, fokus utama dari penelitian sebelumnya adalah pedagang pangan. Sedangkan penelitian terbaru berfokus pada keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo berdampak pada keberlangsungan ekonomi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo. Studi ini tidak hanya menyoroti faktor ekonomi seperti menurunnya omzet dan berkurangnya jumlah pelanggan, tetapi juga menjelaskan perubahan struktur sosial dan strategi bertahan usaha pedagang non-pangan. Penelitian ini menggunakan teori strukturasi sosial Anthony Giddens untuk menempatkan pedagang non-pangan sebagai agen yang menghadapi struktur baru dengan menanggapi, menyesuaikan diri, dan beradaptasi untuk bisa mempertahankan kelangsungan usahanya dalam menghadapi persaingan dari UKM *Moment* Sidomulyo.

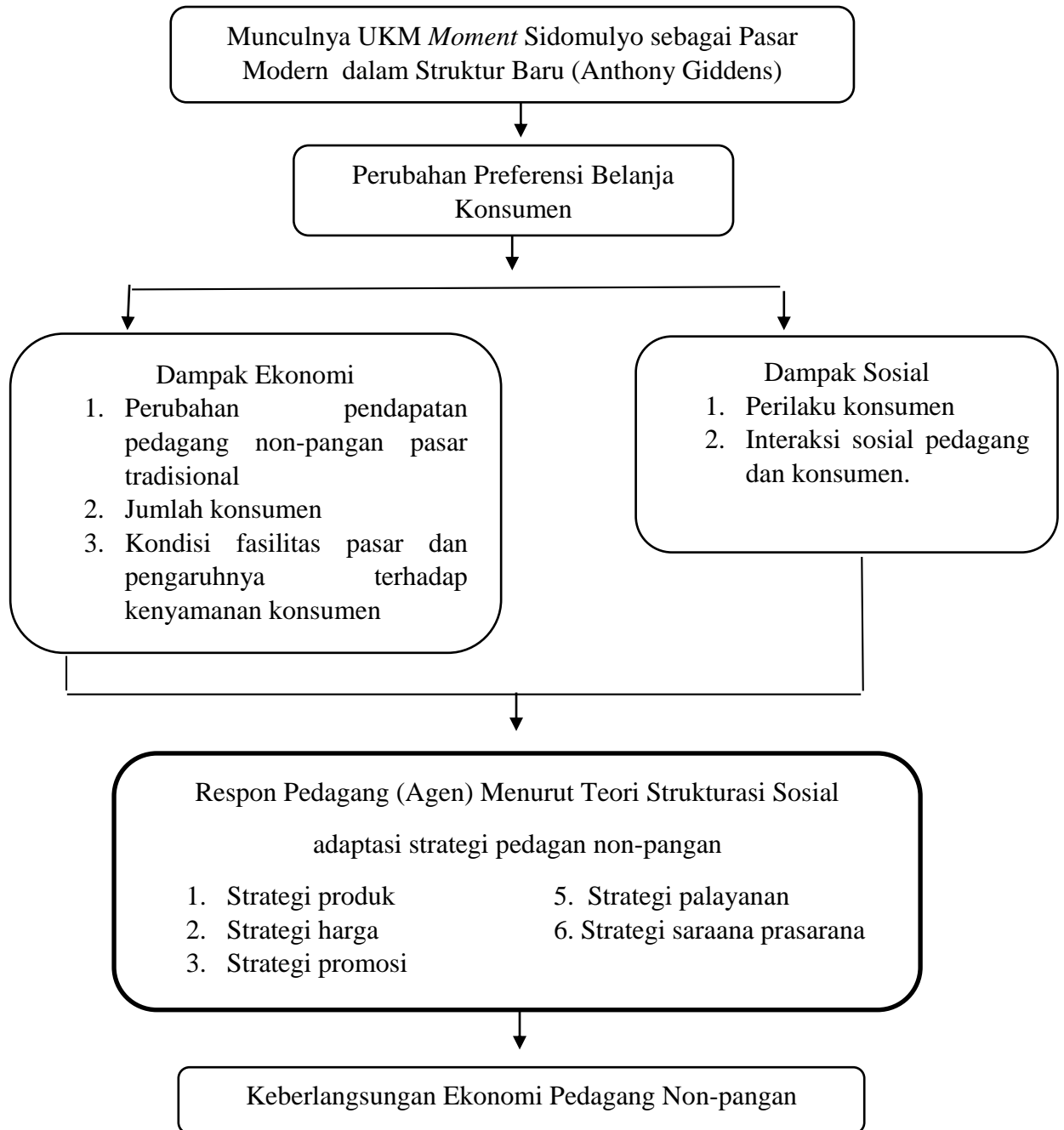
2.7 Kerangka Berpikir

Kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo sebagai bentuk pasar modern telah membawa perubahan terhadap perubahan aktivitas ekonomi masyarakat di

Kecamatan Sidomulyo. UKM *Moment* Sidomulyo menawarkan tempat belanja bagi konsumen dalam menyediakan kebutuhan non-pangan sebagai pasar modern jenis *department store*. Perubahan ini karena penerapan sistem distribusi dan pola pelayanan modern, seperti penetapan harga tetap, suasana belanja yang nyaman, fasilitas yang memadai, dan ketersediaan barang yang terjaga. Sehingga hal tersebut mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumsi masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan serta daya saing pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo.

Akibatnya, pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo mengalami tekanan ekonomi, yang ditandai berkurangnya pendapatan, meningkatnya persaingan usaha, hingga perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih layanan modern. Kondisi ini mendorong pedagang untuk melakukan berbagai strategi adaptasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori Strukturasi Anthony Giddens, yang menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara struktur dan agen, keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo berperan sebagai struktur yang mempengaruhi praktik ekonomi pedagang non-pangan, sementara pedagang non-pangan bertindak sebagai agen yang berupaya menyesuaikan diri melalui tindakan adaptif.

Strategi adaptasi tersebut antara lain dilakukan dengan mempertahankan fleksibilitas arga, meningkatkan pelayanan, pemanfaatan media sosial, penyesuaian jenis barang yang dijual, serta memperkuat hubungan sosial dengan konsumen. Konsumen juga berperan dalam menentukan dinamika persaingan preferensi dan pilihan belanja mereka turut menentukan dinamika persaingan antara UKM *Moment* Sidomulyo dengan Pasar Tradisional Sidomulyo. Oleh karena itu, perspektif konsumen dilibatkan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo mempengaruhi pola belanja masyarakat dan berdampak pada keberlangsungan pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang tujuannya menguraikan serta merangkum berbagai keadaan, situasi, yang muncul di lingkungan masyarakat yang menjadi fokus penelitian. Menurut Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023), penelitian kualitatif merupakan cara atau metode yang digunakan untuk meneliti fenomena-fenomena sosial dan permasalahan yang ada dalam kehidupan masyarakat. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam dan detail tentang fenomena, kejadian, dan masalah atau isu-isu sosial yang disajikan dalam bentuk naratif atau kata-kata.

Penelitian kualitatif sumber data terdiri dari data utama dalam bentuk kata-kata atau ucapan atau perilaku orang-orang yang diamati dan diwawancarai. Penelitian ini dapat memahami persepsi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo terhadap perubahan yang terjadi sejak adanya keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo, termasuk keuntungan, jumlah konsumen, dan strategi bertahan usahanya di pasar. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung bagaimana pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo menghadapi persaingan dari kehadiran UKM *Moment* Sidomulyo.

Peneliti menggunakan jenis deskriptif. Deskriptif digunakan karena penelitian ini banyak fakta lapangan yang bisa didapat melalui cerita-cerita yang diutarakan oleh informan yang dilibatkan dalam penelitian (Salma, 2023 dalam penerbit deepublish.com). Jenis deskriptif digunakan untuk menggambar

secara menyeluruh tentang fenomena sosial yang terjadi di lapangan, terkait bagaimana keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo mempengaruhi strategi pedagang non-pangan dan keadaan ekonomi sosial di Pasar Tradisional Sidomulyo Kecamatan Sidomulyo, Lampung Selatan. Sehingga peneliti dapat mengumpulkan data detail melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data ini kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memahami realitas sosial yang ada saat ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian di laksanakan di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*). Pasar Tradisional Sidomulyo terdapat pedagang non-pangan yang menjual kebutuhan sekunder seperti peralatan rumah tangga, sendal, baju dan lain-lainnya. UKM *Moment* Sidomulyo merupakan pasar swalayan modern berbentuk *department store* yang hanya menjual kebutuhan sekunder. Alasan memilih tempat penelitian ini dikarenakan di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan memiliki Pasar Tradisional Sidomulyo yang jaraknya berdekatan dengan UKM *Moment* Sidomulyo. Adapun di lokasi Kecamatan Sidomulyo belum ada yang mengkaji mengenai dampak sosial dan ekonomi pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini memahami dinamika sosial dan ekonomi yang muncul dari keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo dalam masyarakat lokal terutama pada pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo. Selain meneliti dampak ekonomi, penelitian ini juga melihat bagaimana pedagang non-pangan merespon secara sosial terhadap perubahan struktur pasar sehingga fokus Penelitian ini meliputi:

- a. Menganalisis dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo diantaranya:

- a) Dampak ekonomi yaitu perubahan pendapatan pedagang non-pangan pasar tradisional, Jumlah konsumen dan kondisi fasilitas pasar dan pengaruhnya terhadap kenyamanan konsumen
- a) Dampak sosial yaitu perilaku konsumen, serta interaksi sosial pedagang dan konsumen.
- b. Menganalisis strategi pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo dalam mempertahankan usaha di tengah keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo, yang dilakukan melalui strategi produk, strategi promosi, strategi harga, strategi sarana prasarana dan strategi pelayanan.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini memakai teknik *Purposive Sampling* adalah teknik pemilihan partisipan yang dilakukan secara sengaja oleh peneliti berdasarkan pertimbangan bahwa individu-individu tersebut dianggap paling mampu memberikan informasi yang relevan, mendalam, dan kaya terkait fenomena yang diteliti. Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti secara sadar memilih partisipan atau lokasi penelitian yang dapat membantu memahami secara lebih mendalam masalah penelitian, karena mereka memiliki pengalaman langsung dan pengetahuan yang sesuai dengan fokus studi

Pemilihan informan dipilih karena mengetahui dan merasakan langsung dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang lebih rinci dan mendalam.

Informan yang dipilih secara *purposive sampling* karena mereka mengalami secara langsung dalam menghadapi keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo. Kriteria informan yang dipilih meliputi:

- a. Pedagang non-pangan telah menjalankan usahanya minimal 1 tahun sebelum ada UKM *Moment* Sidomulyo dan masih aktif berdagang setelah ada UKM *Moment* Sidomulyo, sehingga memiliki pengalaman

dalam membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo

- b. Konsumen memiliki pengalaman berbelanja di UKM *Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo untuk bisa mendapatkan perspektif dari konsumen.
- c. Berdomisili di Kecamatan Sidomulyo

Berdasarkan pernyataan diatas, Informan yang diambil dalam penelitian ini pedagang non-pangan, dan konsumen yang aktif belanja di Pasar Tradisional Sidomulyo. Informan yang dipilih dalam penelitian ini bisa menjawab pertanyaan penelitian dan kebutuhan lain yang diperlukan selama penelitian berlangsung. Peneliti ini melibatkan informai dengan karakteristik tersebut agar mendapatkan informasi yang lebih beragam namun tetap berfokus pada masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Informan tambahan juga disertakan dalam penelitian ini untuk memperkuat data atau informasi yang dikumpulkan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Alasan peneliti menggunakan teknik penelitian tersebut digunakan karena pada penelitian kualitatif untuk mengumpulkan informasi melibatkan partisipasi langsung, berupa wawancara mendalam, observasi lapangan, dan mereview terhadap dokumen yang menjadi pendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang penulis maksudkan:

a. Observasi

Menurut Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023), menjelaskan bahwa observasi dalam penelitian kualitatif dilaksanakan pada natural setting, di mana peneliti terlibat secara langsung untuk memahami realita sosial yang menjadi fokus kajian. Dalam penelitian ini, teknik observasi dimanfaatkan untuk memperoleh gambaran umum dan mendasar mengenai lokasi penelitian, yaitu *UKM Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional

Sidomulyo. Melalui pendekatan observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kedua lokasi tersebut guna memahami interaksi sosial antara pedagang dan konsumen, sekaligus membandingkan kondisi yang terjadi di *UKM Moment* Sidomulyo dengan situasi di Pasar Tradisional Sidomulyo. Aspek yang diamati meliputi jenis barang yang diperjualbelikan, pola pelayanan ke konsumen, kondisi serta penataan kios, dan intensitas jumlah pengunjung. Untuk mendukung pencatatan data lapangan, peneliti menggunakan alat tulis dan smartphone.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah proses tatap muka antara pewawancara dan responden untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan. Menurut Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023), wawancara kualitatif dilakukan melalui pertanyaan terbuka (*open-ended questions*) yang memungkinkan partisipan mengemukakan pandangannya secara bebas sesuai dengan pengalaman yang mereka alami. Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam yang bersifat semi terstruktur, proses pengumpulan data melalui tanya jawab langsung antara pewawancara dan partisipan dengan menggunakan alat yang dikenal sebagai *interview guide* (pedoman wawancara) untuk menggali strategi, dan dampak yang dirasakan informan. Sehingga pewawancara bebas mengeksplorasi atau mendapatkan banyak informasi mengenai pendapat dan pengalamannya tentang materi yang dirumuskan.

Peneliti melakukan wawancara dengan 11 informan yang terlibat untuk melengkapi informasi yang dikumpulkan dari hasil observasi. Informan pada penelitian ini tertuju pada 8 pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo, 3 informan tertuju pada konsumen yang aktif berbelanja Pasar Tradisional dan *UKM Moment* Sidomulyo. Pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka agar informan dapat bercerita secara jujur dan leluasa, dengan demikian peneliti bisa menangkap suara dan makna dari pengalaman yang dirasakan informan yang tidak bisa diperoleh hanya dari pengamatan luar. Berikut adalah daftar informan peneliti antara lain:

Tabel 3. 1 Informan

Nama	Domisili	Status informan
ST	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
EW	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
NK	Sidorejo	Pedagang Non-Pangan
RK	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
LN	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
DW	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
SY	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
AD	Sidodadi	Pedagang Non-Pangan
SR	Sidodadi	Konsumen
AO	Sidorejo	Konsumen
IP	Kalikalang	Konsumen

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2026

c. Dokumentasi

Menurut Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023) menjelaskan bahwa dokumen dapat berupa arsip, catatan, foto, maupun dokumen resmi yang relevan dengan penelitian, dan berfungsi sebagai sumber data tambahan untuk meningkatkan keakuratan temuan penelitian Peneliti menggunakan alat bantu seperti *handphone*, buku catatan, alat tulis, dan rekaman suara, pedoman wawancara. Dalam penelitian ini, dokumentasi meliputi dokumentasi kegiatan wawancara, foto kondisi pasar dan UKM *Moment* Sidomulyo. Data dokumentasi digunakan sebagai bahan triangulasi untuk memastikan konsistensi dan validitas data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.



Kondisi atap Pasar Tradisional Sidomulyo



Interaksi Pembeli dan Pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo



Kondisi Jalan area Pasar Tradisional Sidomulyo



Kondisi UKM *Moment* Sidomulyo

Gambar 3. 1 Dokumentasi Peneliti

3.6 Sumber Data

Data sebagai kumpulan fakta dan angka yang dapat diolah menjadi informasi, sedangkan informasi merupakan hasil pengolahan data yang dimanfaatkan untuk tujuan tertentu. Adapun sumber data merujuk pada subjek atau pihak yang menjadi tempat diperolehnya data penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama di lapangan.. Semua data yang didapat berasal dari lokasi penelitian berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dan informasi yang dikumpulkan di lapangan yaitu Pasar Tradisional Sidomulyo di Kecamatan Sidomulyo Lampung Selatan. Data ini diperoleh dan dicari melalui narasumber yaitu orang yang memberikan informasi dan sebagai objek dalam suatu penelitian. Peneliti melakukan observasi di langsung di Pasar Tradisional Sidomulyo dengan melihat aktivitas antara penjual dan konsumen, kondisi fisik pasar, an interaksi sosial. Selain itu melakukan wawancara secara langsung dengan informan untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan meliputi strategi usaha dan dampak yang dirasakan informan setelah adanya UKM *Moment* Sidomulyo baik dari sisi ekonomi maupun struktur sosial.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder didapat dari internet, buku-buku, artikel, ataupun sumber lainnya yang relevan dengan masalah yang akan dikaji dalam penelitian. Penulis memakai data sekunder untuk melengkapi informasi dan memperkuat penemuan melalui dokumen-dokumen yang berkaitan penelitian yaitu meliputi berita online baik di media sosial ataupun di internet, data dokumen administrasi UPT Pasar Sidomulyo dan artikel yang relevan dengan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengumpulan dan penyusunan secara sistematis dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi berupa foto atau video. Menurut Miles dan Huberman (2018) analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga data sudah jenuh. Aktivitas analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Proses pengumpulan data dapat berlangsung selama sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan, sehingga data yang terkumpul cukup banyak. Pada tahap ini, peneliti mengamati dan mendengar dari sudut pandang pedagang dan konsumen, karena munculnya UKM *Moment* Sidomulyo yang berdekatan dengan Pasar Tradisional Sidomulyo.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih, dan memfokuskan data yang relevan dengan fokus penelitian dan rumusan masalah. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi dan diklasifikasikan untuk menemukan pola dan tema utama. Pada fokus penelitian pertama, reduksi data diarahkan pada aspek perubahan pendapatan pedagang, perubahan jumlah konsumen, pergeseran perilaku konsumen, serta dinamika interaksi sosial pedagang. Pada fokus penelitian kedua, reduksi data difokuskan pada strategi pedagang non-pangan dalam strategi harga, strategi produk, strategi promosi, strategi sarana prasarana dan strategi pelayanan.

c. Penyajian Data (*Display Data*)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan fokus permasalahan, yaitu dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo

terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang dan strategi pedagang dalam menghadapi keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo tersebut. Penyajian data didukung oleh kutipan langsung dari informan dan hasil observasi lapangan untuk memperkuat temuan penelitian. Data yang disajikan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teori strukturasi sosial Anthony Giddens untuk memahami perubahan struktur dan tindakan sosial yang terjadi di Pasar Tradisional Sidomulyo.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing Verification*)

Dalam proses analisis data, langkah selanjutnya adalah merumuskan kesimpulan atau melakukan verifikasi. Kesimpulan data bisa memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang diteliti sejak awal, berupa berbentuk deskripsi atau gambaran subjek yang diteliti. Penarikan kesimpulan didasarkan tinjauan penelitian dan peneliti merujuk pada teori dan tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini. Saran dalam penelitian merujuk pada manfaat penelitian yang telah ditulis oleh peneliti untuk memunculkan saran yang sesuai bagi para penerima manfaat.

3.8 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini melalui penerapan validitas dalam penelitian kualitatif sebagaimana dikemukakan oleh Creswell, J.W & Creswell, J.D., (2023). Validitas dalam pendekatan kualitatif dimaksud untuk memastikan bahwa data serta temuan penelitian secara akurat menyampaikan kondisi nyata dan makna yang dipahami oleh para partisipan.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi. Langkah ini bertujuan untuk melihat konsistensi informasi yang diperoleh sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih kuat dan dapat dipercaya.

b. Triangulasi Teknik

Peneliti menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan berbagai teknik ini

bertujuan untuk saling melengkapi dan mengkonfirmasi data, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Profil Kecamatan Sidomulyo

4.1.1 Letak Geografis Desa Sidomulyo

Kecamatan Sidomulyo merupakan salah satu wilayah administratif di Kabupaten Lampung Selatan yang membawahi 16 desa dengan luas wilayah mencapai 153,76 km². Banyaknya dusun dan RT di Kecamatan Sidomulyo pada tahun 2023 adalah 102 dusun dan 337 RT. Wilayah ini dihuni oleh beragam etnis baik penduduk asli maupun pendatang, sehingga menciptakan kehidupan sosial yang heterogen. Ibukota Kecamatan Sidomulyo berada di Desa Sidorejo. Desa yang paling jauh dari pusat kecamatan adalah Desa Bandar Dalam dengan jarak sekitar 12 kilometer, sedangkan desa terdekat adalah Desa Sidodadi dengan jarak 1 kilometer (BPS Kecamatan Sidomulyo Dalam Angka, 2024).



Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Sidomulyo

Sumber: BPS Kecamatan Sidomulyo dalam Angka 2024

Secara topografis wilayah Kecamatan Sidomulyo sebagian besar bentuk permukaan tanah adalah dataran rendah dengan ketinggian dari permukaan laut kurang dari 100m dan bahkan ada desa yang merupakan Desa Pantai, hanya sebagian kecil permukaan tanah yang berbukit. Berdasarkan geografisnya, Kecamatan Sidomulyo memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Candipuro
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Selat Sunda
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Katibung
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Way Panji dan Kalianda

Tabel 4. 1 Luas Daerah dan Persentase terhadap Luas Kecamatan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sidomulyo, 2023.

Desa/Kelurahan	Luas (km²)	Persentase terhadap Luas Kecamatan
Suak	20	13,01
Siring Jaha	12	7,80
Budi Daya	6,7	4,36
Suka Maju	2	1,30
Suka Marga	14,44	9,39
Sidowaluyo	10,56	6,87
Sidorejo	8,4	5,46
Sidodadi	6,4	4,16
Seleretno	1,8	1,17
Kota Dalam	8,75	5,69
Suka Banjar	7,79	5,07
Talang Baru	12,97	8,44
Bandar Dalam	10,05	6,54
Campang Tiga	19,94	12,97

Sidomulyo	4,76	3,10
Banjar Sari	7,2	14,68
Kecamatan Sidomulyo	153,76	100,00

Sumber: BPS Kecamatan Sidomulyo, 2024

Berdasarkan data luas wilayah kelurahan yang terdapat di Kecamatan Sidomulyo menunjukkan bahwa Kelurahan Campang Tiga dengan luas total area seluas 19,94 km² sebagai kelurahan yang paling luas di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan sedangkan dengan luas wilayah paling kecil di Kecamatan Sidomulyo adalah Kelurahan Suka Maju dengan luas 2 km²

4.1.2 Demografi Kecamatan Sidomulyo

Penduduk yang berdomisili di Kecamatan Sidomulyo, secara garis besar dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu penduduk asli Lampung dan penduduk pendatang. Walaupun demikian, mayoritas penduduk di Kecamatan Sidomulyo adalah penduduk pendatang. Sebagian kecil penduduk asli Lampung menyebar di hampir semua desa, akan tetapi dalam jumlah yang relatif lebih kecil, beberapa diantaranya terdapat di Desa Bandar Dalam, Campang Tiga, Suka Banjar, Kota Dalam, Sukamaju, Sukamarga, Suak, Siring Jaha. Sementara penduduk pendatang sebagai mayoritas, sebagian besar berasal dari Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Yogyakarta). Selain itu ada juga yang berasal dari Bali, Sulawesi (Bugis), dan juga dari provinsi lain di Pulau Sumatera, seperti Sumatera Barat (Minang), Sumatera Utara (Batak), Sumatera Selatan (Semendo).

Pada tahun 2024 Kecamatan Sidomulyo memiliki kepadatan penduduk sebesar 445 jiwa/km², dengan jumlah total penduduk mencapai 68.356 jiwa yang terdiri dari 34.876 laki-laki dan 33.480 perempuan (BPS Kecamatan Sidomulyo Dalam Angka, 2024).

Tabel 4. 2 Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sidomulyo, 2023

Desa/Kelurahan	Penduduk			Persentase Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (per km ²)	Rasio Jenis Kelamin
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah			
Suak	2.337	2.144	4.481	6,56	224	109,00
Siring Jaha	1.030	965	1.995	2,92	166	106,74
Budi Daya	1.089	1.054	2.143	3,14	320	103,32
Suka Maju	936	960	1.896	2,77	948	97,50
Suka Marga	1.028	1.006	2.088	3,05	145	107,55
Sidowaluyo	3.654	3.632	7.286	10,66	690	100,61
Sidorejo	4.002	3.878	7.880	11,53	938	103,20
Sidodadi	3.883	3.750	7.633	11,17	1.193	103,55
Seleretno	2.222	2.171	4.393	6,43	2.441	102,35
Kota Dalam	1.432	1.411	2.843	4,16	325	10,49
Suka Banjar	2.802	2.642	5.444	7,96	699	106,06
Talang Baru	1.175	1.072	2.274	3,29	173	109,61
Bandar Dalam	2.530	2.394	4.924	7,20	490	105,68
Campang Tiga	1.946	1.847	3.739	5,55	190	105,36
Sidomulyo	3.309	3.193	6.502	9,51	1.366	103,63
Banjar Sari	1.447	1.361	2.808	4,11	390	106,32
Kecamatan Sidomulyo	34.876	33.480	68.356	100,00	445	104,17

Sumber: Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Lampung Selatan/ *Population and Civil Registration Office of Lampung Selatan Regency*, 2024

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.2, jumlah penduduk Kecamatan Sidomulyo pada tahun 2023 tersebar di 16 desa atau kelurahan dengan karakteristik demografis yang beragam. Wilayah dengan jumlah penduduk tertinggi adalah Kelurahan Sidorejo, yaitu mencapai 7.880 jiwa atau sebesar 11,53% dari total penduduk Kecamatan Sidomulyo. Selanjutnya, Kelurahan Sidodadi memiliki jumlah penduduk sebanyak 7.633 jiwa dengan

persentase 11,17%, kemudian diikuti oleh Kelurahan Sidowaluyo dengan jumlah 7.286 jiwa atau sekitar 10,66%. Tingginya jumlah penduduk pada ketiga kelurahan tersebut menunjukkan bahwa wilayah tersebut menjadi kawasan konsentrasi penduduk yang lebih tinggi dibandingkan kelurahan lainnya di Kecamatan Sidomulyo. Sebaliknya, Kelurahan Suka Maju tercatat sebagai wilayah dengan jumlah penduduk paling rendah, yakni sebanyak 1.995 jiwa atau sebesar 2,92% dari total penduduk Kecamatan Sidomulyo. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persebaran penduduk di Kecamatan Sidomulyo belum merata.

Kepadatan penduduk yang dihitung berdasarkan jumlah jiwa per kilometer persegi memperlihatkan adanya perbedaan yang signifikan antar kelurahan. Kelurahan Seloretno tercatat sebagai wilayah dengan tingkat kepadatan tertinggi, yakni sebesar 2.441 jiwa per km², kemudian diikuti oleh Kelurahan Sidomulyo dengan kepadatan mencapai 1.366 jiwa per km². Tingginya angka kepadatan pada kedua kelurahan tersebut menggambarkan intensitas aktivitas permukiman serta dinamika sosial ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan kelurahan lainnya. Sebaliknya, Kelurahan Suka Marga merupakan wilayah dengan kepadatan penduduk yang paling rendah, yaitu

Perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan direpresentasikan melalui rasio jenis kelamin (*sex ratio*), yang menunjukkan perbedaan antar kelurahan. Pada tahun 2023, nilai *sex ratio* Kecamatan Sidomulyo tercatat sebesar 104,17, yang menunjukkan bahwa terdapat sekitar 104 penduduk laki-laki untuk setiap 100 penduduk perempuan. Perbedaan rasio jenis kelamin tersebut menjadi indikator dalam memahami struktur demografi masyarakat serta dapat dijadikan dasar dalam perencanaan pembangunan, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan berbasis gender, ketenagakerjaan, dan kesejahteraan sosial.

4.2 Profil Pasar Tradisional Sidomulyo

4.2.1 Sejarah Pasar Tradisional Sidomulyo

Pasar Tradisional Sidomulyo merupakan salah satu pusat perekonomian terbesar di Kecamatan Sidomulyo. Pasar ini terletak di Desa Sidodadi, tepat di tepi jalan utama kecamatan sehingga mudah diakses masyarakat dari berbagai desa sekitar. Pasar tersebut telah beroperasi sejak puluhan tahun dan menjadi tempat utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Klasifikasi usaha perdagangan yang sering digunakan terdiri atas tiga jenis, yaitu perdagangan besar, perdagangan eceran, dan ekspor-impor.

Berdasarkan informasi dari laman resmi Desa Sidodadi (2025), Pasar Sidomulyo pada awalnya dikenal dengan nama Pasar Purwo Kencono. Pasar ini mulai beroperasi sekitar tahun 1935 dengan kondisi bangunan yang masih sederhana serta jumlah pedagang yang masih sedikit. Pada tahun 1959, pengembangan pasar dilakukan melalui kegiatan pembersihan lahan yang dilaksanakan secara gotong royong oleh masyarakat setempat. Dalam perkembangannya, pasar tersebut kemudian dikenal dengan sebutan Pasar Sidomulyo.

Saat ini Pasar Tradisional Sidomulyo berkembang dan berdiri atas beberapa unit bangunan diantaranya terdiri dari area kios, los, dan lapak terbuka. Kios digunakan untuk usaha dengan komoditas non-pangan seperti pakaian, kosmetik, dan aksesoris, sedangkan los dan lapak digunakan oleh pedagang sayur, daging, dan kebutuhan harian lainnya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, pedagang yang beroperasi di Pasar Tradisional Sidomulyo dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu pedagang pangan dan pedagang non-pangan. Kelompok pedagang pangan terdiri atas pedagang ikan sebanyak 40 unit, pedagang sayuran 357 unit, pedagang daging (ayam dan sapi) sebanyak 38 unit, pedagang kelontongan 45 unit, pedagang buah 5 unit, serta pedagang makanan sebanyak 37 unit. Sementara itu, pedagang non-pangan mencakup pedagang pakaian sebanyak

55 unit, sandal atau sepatu dan perlengkapan sekolah 17 unit, kosmetik 5 unit, peralatan rumah tangga 11 unit, aksesoris dan mainan 11 unit, perhiasan 10 unit, alat pertanian 3 unit, hijab 3 unit, elektronik 2 unit, pupuk 1 unit, konter 1 unit, bengkel 2 unit, salon 1 unit, peralatan plastik 2 unit, penjahit 3 unit, serta pedagang bahan bangunan sebanyak 1 unit.

Berdasarkan data yang diperoleh dari UPT Pasar Sidomulyo (2026), Pasar Tradisional Sidomulyo memiliki total 794 unit toko yang terbagi ke dalam tiga kategori bangunan. Kategori tersebut meliputi toko berbentuk kios sebanyak 225 unit, toko jenis los sebanyak 489 unit, serta toko berupa hampan atau lapak sebanyak 80 unit. Seluruh unit ini dimanfaatkan oleh pedagang pangan maupun non-pangan sesuai dengan jenis barang yang diperdagangkan. Dari total unit yang tersedia, sebanyak 650 toko tercatat aktif beroperasi, sementara 144 toko lainnya tidak beroperasi pada saat pelaksanaan observasi. Selain itu, terdapat 74 unit hampan yang digunakan oleh pedagang musiman maupun pedagang dengan skala barang usaha kecil.

Berdasarkan hasil observasi serta informasi yang diperoleh pihak pengelola pasar, aktivitas perdagangan di Pasar Tradisional Sidomulyo telah dimulai sejak pukul 05.30 WIB. Waktu aktivitas mencapai tingkat keramaian tertinggi pada rentang pukul 07.00 hingga 11.00 WIB. Pada hari libur akhir pekan maupun menjelang hari besar tertentu, jumlah pengunjung cenderung meningkat dibandingkan hari-hari biasa. Barang yang diperdagangkan mencakup kebutuhan pangan, seperti sayuran, ikan, daging, dan sembako, serta kebutuhan non-pangan, antara lain pakaian, sandal, peralatan rumah tangga, aksesoris, perlengkapan sekolah, dan kosmetik dan lainnya. Pasar Tradisional Sidomulyo juga dilengkapi oleh sejumlah fasilitas, yaitu dua unit toilet umum, area parkir, satu unit pos keamanan, serta dua masjid yang berada di sekitar kawasan pasar.

4.2.2 Letak Geografis Pasar Sidomulyo

Secara administrasi Pasar Tradisional Sidomulyo berlokasi di Kecamatan Sidomulyo, Kabupaten Lampung Selatan, dengan lokasi yang berada di tepi

Jalan Raya Sidomulyo sebagai jalur utama lalu lintas masyarakat. Saat ini, Pasar Tradisional Sidomulyo terbagi ke dalam dua kawasan, yakni Pasar Lama dan Pasar Baru, yang secara geografis saling berhadapan dan dipisahkan oleh jalan raya utama Kecamatan Sidomulyo. Kedua kawasan tersebut berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat yang menyediakan berbagai kebutuhan pangan dan non-pangan. Secara keseluruhan, area pasar memiliki luas sekitar $\pm 500 \text{ m}^2$ yang terdiri atas los, kios, dan lapak, yang dimanfaatkan oleh pedagang sesuai dengan jenis barang yang diperdagangkan.

Berdasarkan hasil observasi, Pasar Lama berlokasi di Desa Sidodadi dan merupakan kawasan yang lebih awal berkembang sebagai pusat aktivitas perdagangan tradisional. Sementara itu, Pasar Baru terletak di Desa Sidorejo dan dibangun sebagai upaya untuk menampung pertumbuhan jumlah pedagang seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Saat ini, kedua pasar tersebut beroperasi sebagai kawasan perdagangan yang saling terhubung dengan aktivitas ekonomi yang berlangsung sejak pagi hingga siang hari.

Adapun batas wilayah pasar sidomulyo adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Sidorejo
- b. Sebelah barat berbatasan Desa Sidodadi
- c. Sebelah utara berbatasan Desa Sidomulyo
- d. Sebelah selatan berbatasan Desa Sidowaluyo



Gambar 4. 2 Batas Wilayah Pasar Tradisional Sidomulyo
Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2026



Gambar 4. 3 Posisi Pasar Lama dan Pasar Baru Tradisional Sidomulyo
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pembagian zona pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo yang meliputi Pasar Lama dan Pasar Baru. Meskipun terbagi menjadi dua bangunan pasar yang saling berhadapan, kedua area pasar tersebut tetap memiliki tatanan zonasi pedagang yang serupa berdasarkan jenis barang yang

diperjualbelikan. Pembagian zona pedagang di Pasar Lama Sidomulyo adalah sebagai berikut:

a. **Bagian Barat:**

Mencakup area pasar lama yang didominasi pedagang kebutuhan pangan seperti: Sayur-mayur, ikan segar, dan daging dan kebutuhan non-pangan seperti perabotan serta pakaian dan grosir jajan.

b. **Bagian Timur:**

Mencakup area pasar lama yang didominasi pedagang buah-buahan, toko plastik dan kebutuhan non-pangan antara lain: perhiasan, kosmetik dan pakaian

c. **Bagian Utara:**

Mencakup area pasar lama yang didominasi kebutuhan non-pangan antara lain sandal sepatu, pakaian, hijab, kosmetik, mainan dan perlengkapan sekolah dan warung makan.

d. **Bagian Selatan:**

Mencakup area pasar lama yang didominasi pedagang pangan sembako, sayur-mayur, gilingan kelapa, makanan ringan dan kebutuhan non-pangan seperti sandal, aksesoris dan kosmetik.

Pembagian zona pedagang di Pasar Baru Sidomulyo antara lain sebagai berikut:

a. **Bagian Barat:**

Mencakup area pasar baru yang didominasi kebutuhan non-pangan seperti: sandal sepatu, perabotan, peralatan sekolah, toko plastik, toko perhiasan, dan sayur-mayur.

b. **Bagian Timur:**

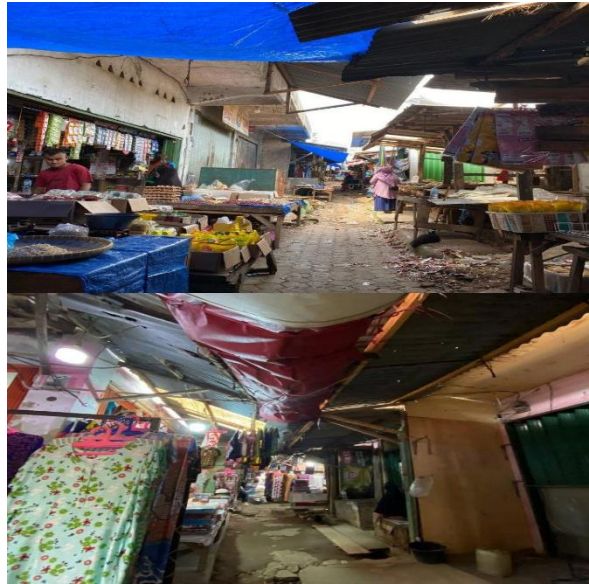
Mencakup area pasar baru yang didominasi pedagang pangan sayur-mayur dan grosir jajan dan sembako dan warung makan kecil.

c. **Bagian utara:**

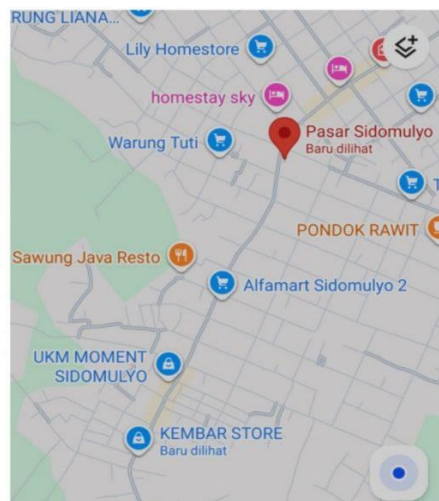
Mencakup area pasar baru yang didominasi pedagang pangan sayur-mayur.

d. Bagian Selatan:

Mencakup area pasar baru yang didominasi pedagang pangan seperti daging, ikan, dan sayur-mayur.



Gambar 4. 4 Area Pasar Lama Pangan dan Non-Pangan Pasar Tradisional Sidomulyo
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



Gambar 4. 5 Lokasi Pasar Tradisional Sidomulyo

Sumber: Google Maps, 2026

4.3 Profil UKM *Moment* Sidomulyo

UKM *Moment* Sidomulyo merupakan pasar modern yang bergerak pada sektor ritel non-pangan. Pada awal operasionalnya, unit usaha ini dikenal dengan nama Multimart dan mulai beroperasi pada tahun 2022 (Handika, 2023). Selanjutnya, pada tahun 2024 dilakukan perubahan nama menjadi UKM *Moment*, berdasarkan observasi media sosial UKM *Moment* Sidomulyo. Secara geografis, UKM *Moment* Sidomulyo berlokasi di Jalan Sidomulyo Raya, Desa Sleretno RT 01/RW 01, Kecamatan Sidomulyo, Kabupaten Lampung Selatan. Aktivitas UKM *Moment* Sidomulyo berlangsung setiap hari pada pukul 09.00 hingga 18.00 WIB.

Berdasarkan hasil observasi, sebagai pasar modern UKM *Moment* Sidomulyo menerapkan sistem pelayanan mandiri (*self-service*) serta menyediakan berbagai fasilitas, meliputi:

- a. Keranjang dan troling belanja
- b. Sistem kasir yang masih manual dengan harga tetap tanpa proses tawar menawar
- c. Pencantuman label harga di setiap barang
- d. Kipas angin yang tersedia di setiap sudut ruangan
- e. Rak *display* yang tersusun rapi.

Produk yang dipasarkan di UKM *Moment* Sidomulyo mencakup berbagai jenis kebutuhan non-pangan, antara lain peralatan rumah tangga berbahan plastik dan pecah belah, pakaian wanita, pria, dan anak, hijab, perhiasan, kosmetik dan skincare, sepatu dan sandal, mainan anak, aksesoris, serta perlengkapan sekolah. Selain variasi produk yang beragam, area penjualan di dalam UKM *Moment* Sidomulyo ditata ke dalam beberapa zona untuk memudahkan konsumen dalam menemukan barang yang dibutuhkan.

Pada sisi kiri dekat pintu masuk tersedia area penjualan tas, perlengkapan sekolah, peralatan elektronik, dan mainan. Sementara itu, sisi kanan dekat pintu masuk menampilkan produk kosmetik, skincare, aksesoris, dan perhiasan yang

ditata rapi dalam etalase maupun rak. Pada bagian tengah toko sisi kiri, disediakan pakaian wanita dan anak serta berbagai jenis hijab dengan berbagai merek dan ukuran yang tersusun pada rak dan gantungan. Adapun bagian tengah toko sisi kanan diperuntukan bagi pakaian pria, seperti sarung, pakaian dalam, baju, celana, dompet pria dan produk sejenis lainnya. Di area belakang sisi kiri, terdapat deretan rak yang memuat peralatan plastik, pecah belah, berbagai perlengkapan rumah tangga, serta alat kebersihan. Sementara itu, bagian belakang sisi kanan digunakan untuk penempatan dompet wanita, sandal dan sepatu dengan berbagai merek dan ukuran. Penataan ruang yang terstruktur tersebut menggambarkan penerapan konsep pasar modern yang praktis dan mudah diakses oleh pengunjung. Selain itu, UKM *Moment* Sidomulyo mempekerjakan sekitar 40 orang karyawan yang sebagian besar berasal dari masyarakat sekitar Kecamatan Sidomulyo.



Gambar 4. 6 UKM *Moment* Sidomulyo

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026

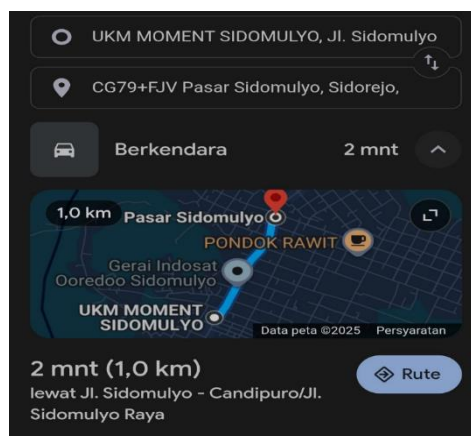
4.4 Jarak Lokasi UKM *Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo

Terkait dengan jarak usaha dari pihak pemerintah tentu memiliki kewenangan khusus dalam membuat kebijakan terkait dengan adanya Pasar Tradisional dan *Department Store*. Menurut Hasibun dalam hal itu, pemerintah pula harus bersikap tegas dalam penerapan aturan yang sudah dibuat, agar tidak timbul sesuatu yang menimbulkan kerugian bagi orang banyak. UKM *Moment* Sidomulyo yang dikatakan sebagai *Department Store* saat ini, merupakan bentuk perubahan zaman yang semakin berkembang di masyarakat, dari hal-hal yang tradisional menuju ke modern, sehingga dengan adanya pembangunan ritel modern (UKM *Moment* Sidomulyo) sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekitar yang membutuhkan transaksi secara mudah, cepat, aman dan nyaman. Lalu, adapun dampak positif lainnya, yaitu dapat membuka lapangan kerja bagi para pelamar yang membutuhkan.

Adapun peraturan yang dibuat oleh Pemerintah Daerah Lampung Selatan nomor 03 Tahun 2014 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Di Kabupaten Lampung Selatan agar tidak terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat, dan kondisi tata ruang dan wilayah lebih tertata dengan baik. Pasal 10 ayat poin (b) yang ditetapkan yakni: “*supermarket* dan *department store* berjarak minimal 2000 meter dan pasar tradisional yang terletak di pinggir jalan kolektor arteri;”. Namun, keadaan yang terjadi di Pasar Tradisional Sidomulyo tidak demikian, melainkan terdapat jarak yang cukup berdekatan dengan UKM *Moment* Sidomulyo. Sehingga menimbulkan permasalahan baru khususnya mengenai jarak usaha antar ritel modern dan tradisional. Berdasarkan penjelasan tersebut, serta melihat aturan-aturan yang telah disebutkan diatas maka hendaknya dalam hal pengaturan penataan ruang kota harusnya lebih berguna bagi semua pihak masyarakat, tidak ada pembedaan dalam letak lokasi Pasar Tradisional Sidomulyo maupun modern. Seperti halnya, mengenai batasan terkait dengan adanya *supermarket* dan *department store* dalam satu wilayah kecamatan ataupun kabupaten, semuanya disesuaikan dengan kondisi wilayah dan kebutuhan masyarakat akan hal tersebut. Hal tersebut penting karena jika tidak adanya penegakan kebijakan

yang tegas maka akan dapat merugikan pelaku usaha lainnya terutama pada pedagang Pasar Tradisional Sidomulyo

Berdasarkan penelusuran Google Maps, jarak antara UKM *Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo adalah sekitar 1 kilometer, dengan waktu tempuh sekitar 2 menit dengan menggunakan kendaraan. Kedua lokasi berada pada jalur yang sama, yaitu Jalan Raya Sidomulyo. Kedekatan lokasi ini membuat kedua pusat ekonomi tersebut saling berdekatan dan memungkinkan terjadinya. Persaingan langsung antara UKM *Moment* Sidomulyo dan Pasar Tradisional Sidomulyo dan perubahan preferensi belanja masyarakat. Hal ini menjadi salah satu penelitian terkait dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap keberlangsungan ekonomi pedagang no-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo.



Gambar 4. 7 Peta Jarak Lokasi UKM *Moment* Sidomulyo dengan Pasar Tradisional Sidomulyo

Sumber: Google Maps, 2026

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai dampak keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo terhadap pedagang non-pangan di Pasar Tradisional Sidomulyo, dapat disimpulkan beberapa point sebagai berikut:

1. Keberadaan UKM *Moment* Sidomulyo memberikan dampak signifikan terhadap struktur perdagangan di Pasar Tradisional Sidomulyo, khususnya pada pedagang non-pangan, diantaranya: 1) aspek struktur pasar, terjadi pergeseran dari sistem perdagangan tradisional yang berbasis interaksi langsung dan tawar-menawar menuju sistem perdagangan modern yang lebih terstruktur dengan harga tetap, pelayanan cepat, serta penggunaan teknologi pembayaran digital; 2) aspek *resources*, melemahnya daya saing pedagang non-pangan dalam mempertahankan konsumen; 3) aspek ekonomi, pedagang non-pangan mengalami penurunan dan ketidakstabilan pendapatan akibat berkurangnya jumlah konsumen yang beralih ke UKM *Moment* Sidomulyo; dan 4) aspek perilaku konsumen, terjadi pergeseran preferensi masyarakat yang kini lebih mengutamakan efisiensi, kenyamanan, kelengkapan barang, serta kepastian harga dalam aktivitas berbelanja.
2. Pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo membentuk berbagai *rules* sebagai bentuk respon terhadap perubahan struktur perdagangan yang dibawa oleh UKM *Moment* Sidomulyo. *Rules* tersebut meliputi: 1) *rules* produk, pedagang menjadi lebih selektif dalam menentukan jenis dan jumlah barang berdasarkan permintaan dan daya

beli konsumen, 2) *rules* promosi, pedagang menggunakan promosi langsung, *word of mouth*, serta media sosial sederhana seperti *WhatsApp* dan *Facebook*, 3) *rules* harga, sistem tawar-menawar tetap dipertahankan sebagai bentuk fleksibilitas dan interaksi sosial dengan konsumen, 4) *rules* sarana dan prasarana, pedagang non-pangan melakukan penataan lapak secara sederhana sesuai kemampuan untuk menciptakan kenyamanan, 5) *rules* pelayanan, pedagang mempertahankan pelayanan personal yang ramah, komunikatif, dan berbasis kedekatan emosional dengan konsumen. *Rules* tersebut menunjukkan bahwa pedagang non-pangan tidak sepenuhnya mengikuti sistem UKM *Moment* Sidomulyo, tetapi mengembangkan pola perdagangan yang bersifat adaptif sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Hal ini memperkuat bahwa dalam dinamika strukturasi, agen tetap memiliki peran dalam mereproduksi struktur sosial melalui praktik sehari-hari.

3. Dalam perspektif Strukturasi, hubungan antara UKM *Moment* Sidomulyo dan pedagang non-pangan Pasar Tradisional Sidomulyo menunjukkan adanya *duality of structure*, yaitu hubungan timbal balik antara struktur dan agen. Di satu sisi, UKM *Moment* sebagai struktur baru memengaruhi tindakan pedagang non-pangan melalui penerapan sistem perdagangan modern yang lebih efisien, sehingga memaksa terjadinya penyesuaian dalam cara berdagang di Pasar Tradisional Sidomulyo. Di sisi lain, pedagang non-pangan sebagai agen tidak bersifat pasif, melainkan merespons perubahan tersebut dengan memanfaatkan *resources* yang dimiliki seperti jaringan sosial, kedekatan dengan pelanggan, serta pelayanan personal. Respons ini menghasilkan bentuk adaptasi yang kemudian turut mereproduksi struktur sosial baru di Pasar Tradisional Sidomulyo, sehingga pasar tidak sepenuhnya hilang, melainkan mengalami transformasi fungsi menjadi ruang ekonomi sekaligus ruang sosial.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan dapat membuat kebijakan dengan melihat keberhasilan pasar modern dalam meningkatkan jumlah konsumen, terutama dari aspek kenyamanan, penataan, dan fasilitas. Namun demikian, pasar tradisional sebagai aset daerah harus tetap diprioritaskan melalui penataan dan perbaikan yang lebih baik, sehingga mampu mengimbangi persaingan tanpa menghilangkan ciri khasnya.

2. Bagi Pedagang Non-pangan

Pedagang non-pangan diharapkan dapat memanfaatkan *rules* yang ada, seperti praktik tawar-menawar dan kedekatan sosial dengan konsumen, sebagai kekuatan dalam mempertahankan usaha. Selain itu, pedagang perlu melakukan penyesuaian strategi, seperti peningkatan pelayanan, variasi produk, dan promosi, agar tetap mampu bersaing dengan pasar modern

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teori lain sebagai pembanding atau dengan mengkaji lebih mendalam bagaimana *rules* bekerja dalam praktik sosial dengan pendekatan kualitatif maupun metode campuran (*mixed methods*) untuk memperoleh data yang lebih besar dan menghasilkan temuan yang lebih terukur dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A. (2020). Anatomi Teori Strukturasi Dan Ideologi Jalan Ketiga Anthony Giddens. *Transliterate : Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 9(2), 45–62. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.989>
- Alviyanti, K. (2024). Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Seng Bumiayu Kabupaten Brebes.
- Arnisyah, R. (2020). *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus di Wilayah Kelurahan Srengseng, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Bangsawan, S., & Sanyoto, Y. W. (2017). Manajemen pemasaran dan revitalisasi pemberdayaan pasar tradisional. Bandar Lampung: CV Anugrah Utama Raharja (AURA).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Dewi, D. S. (2020). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Djoko, S. (2020). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(2), 236-244.
- Efela, H. I. (2023). *Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Tradisional dalam Menghadapi Pasar Modern Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Febriani, B. A., Destiani, D., Ananda, K. R., Fatimatuzahra, N., Putri, S. D., & Amanda, S. (2023). Literatur Review: Dampak Pasar Modern Terhadap

- Lingkungan Pasar Tradisional. *Synergy: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(01), 26-34.
- Firmansyah, D. (2024). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Simalungun* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Firmansyah, D., Kuswardani, R. A., & Simanullang, E. S. (2024). Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang di Pasar Tradisional di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 6(2), 61-70.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Handayani, F., Saleh, K., & Abdina, M. F. (2022). Dampak Kehadiran Pasar Modern Maju Bersama Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional MMTC. *Agrisains: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 4(1), 34-44. <https://doi.org/10.31289/agrisains.v4i1.1199>.
- Harsono, I., Kumagaya, J. P., Utami, D. C., Utami, E. Y., & Nasution, M. A. (2024). Analisis Komparatif Harga Produk Sembako Di Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2).
- Hasibuan, “Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi Negara Menurut Pandangan Ibnu Khaldun”.
- Kamuri, J. P. (2021). Konsep Worldview: Usaha Melengkapi Konsep Struktur dalam Teori Strukturasi Giddens. *Jurnal Filsafat*, 31(2), 220. <https://doi.org/10.22146/jf.60704>
- Korenkova, M., Maros, M., Levicky, M., & Fila, M. (2020). Consumer Perception of Modern and Traditional Forms of Advertising. *Sustainability*, 12(23), 9996. <https://doi.org/10.3390/su12239996>
- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 6(1), 59-72.

- Melina, D. (2024). *Prospek Bisnis Jual Beli Online Pada Usaha Dagang Dalam Meningkatkan Ekonomi Pedagang (Desa Sumber Rejo 43 Polos Kec. Batanghari Kab. Lampung Timur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Amerika Serikat: SAGE Publications
- Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Era Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 116223-162218.
- Priatana, I. A., & Supiandi, G. (2021). Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 191-197.
- Rizki, M., & Sri, T. (2020). The Impact of Regional Regulation Changes on Traditional Markets in the Capital City of Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(4), 1259-1272.
- Supatminingsih, T., & Rijal, S. (2022). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 396–413.
- Sulaiman, S., & Suparjono, S. (2023). Pengaruh Fasilitas, Perilaku Konsumen dan Harga terhadap Minat Pembelian pada Pasar Modern Pamulang Kota Tangerang Selatan.
- Susan Stainback; William Stainback. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*; Kendall/Hunt Publishing Company; Dubuque, Iowa.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis dampak kehadiran pasar modern terhadap kinerja pemasaran pasar tradisional berbasis perspektif pedagang dan konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 53-65.
- Yulianti, D., Arif Musthofa, M., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65–76. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.703>

Yaqin, A. A. (2020b). Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Biringkanaya Makassar. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar.

WEBSITE

Handika. (2023). <https://kupastuntas.co/2023/04/05/pedagang-pasar-sidomulyo-lamsel-menjerit-tuding-multimart-biang-keladi-turunnya-omset-penjualan> diakses pada tanggal 22 Mei 2025

Desa Sidodadi. 2025. "HUT Ke-67 Desa Sidodadi: Mengenang Sejarah, Semangat Kebersamaan dan Mengukir Kemajuan". Website Resmi Desa Sidodadi. <https://www.sidodadi-sidomulyo.desa.id/artikel/2025/8/30/hut-ke-67-desa-sidodadi-mengenang-sejarah-semangat-kebersamaan-dan-mengukir-kemajuan> diakses pada tanggal 1 Desember 2025

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Laporan Kinerja Kementerian Perdagangan Tahun 2023. <https://www.kemendag.go.id> diakses pada tanggal 23 Mei 2025

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan. JDIH Kementerian Perdagangan <https://share.google/HKNwTXM2M9jsvB8hV> diakses pada tanggal 23 Mei 2025

Lampungselatanab.bps.go.id Kecamatan Sidomulyo Dalam Angka 2024 <https://lampungselatankab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/cc8c0431373bbcc48d319e76/kecamatan-sidomulyo-dalam-angka-2024.html> diakses pada tanggal 1 Desember 2025

Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pasal 1 angka 5. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007> diakses pada tanggal 23 Mei 2025

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. diakses pada tanggal 23 Mei 2025

Peraturan Menteri Perdagangan Tahun 2013 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Jakarta. diakses pada tanggal 23 Mei 2025

Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Selatan Nomor 03 Tahun 2014 Tentang Penataan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Di Kabupaten Lampung Selatan <https://share.google/EP9u7yGGMwQuIzf54> diakses pada tanggal 1 Desember 2025

Radiyoegi. (2025). <https://www.instagram.com/reel/DG5ATpQP4Bw/?igsh=czN1NGNpbGJrc3g3> diakses 22 Mei 2025

Salma. (2023). <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-deskriptif/> diakses 30 September 2025

Teori strukturasi oleh Anthony Giddens: Memahami hubungan struktur dan agensi. <https://bpjiid.uma.ac.id/2024/12/19/teori-strukturasi-oleh-anthony-giddensmemahami-hubungan-struktur-dan-agensi> diakses 5 September 2025