

# STRATEGI PEDAGANG BUAH DALAM BERJUALAN DI PASAR PAGI ARENGKA KOTA PEKANBARU

Oleh: Adila De Chika

[adilladechika@gmail.com](mailto:adilladechika@gmail.com)

Dosen Pembimbing: Hesti Asriwandari

[hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id](mailto:hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id)

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru,  
Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

## ABSTRAK

Strategi pedagang buah dalam berjualan di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *cost* dan *rewards* pedagang buah dan strategi pedagang buah dalam menjalankan aktivitas berjualan. Dalam menentukan informan menggunakan teknik purposive sampling yaitu pedagang buah yang tidak melakukan kerjasama dengan pedagang buah disekitaran pasar tersebut, sudah berjualan selama lebih dari lima tahun, dan bertahan berjualan ketika didirikannya flyover. Jumlah informan pada penelitian ini yaitu lima orang. Teori yang digunakan yaitu teori pertukaran sosial oleh George Casper Homans. Hasil yang didapatkan yaitu bahwasanya *cost* yang dilakukan yaitu pengorbanan dalam bentuk waktu, materi (bayar sewa), dan dengan caranya masing-masing. *Reward* yang didapatkan informan berupa materi (uang, memiliki aset, dan mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari) dan non materi (kenyamanan, rasa aman, dan kesenangan). Tentunya hal tersebut berbeda-beda setiap informan. Sedangkan untuk strategi dilihat melalui proposisi-proposisi yang ada di teori pertukaran sosial dan dibantu analisis dari *cost*, sehingga didapatkan pula *reward* setiap informan. Secara umum, strategi yang dilakukan setiap informan yaitu berupa meningkatkan pelayanan kepada pembeli berupa memberikan kualitas buah yang bagus, bersikap ramah kepada pembeli, jujur kepada pelanggan, dan memberikan diskon kepada pelanggan. Untuk mendukung strategi ini supaya berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan tentunya memerlukan *cost* atau pengorbanan. Setelah melakukan strategi yang dibantu oleh *cost* maka hasilnya berupa *reward*.

***Kata Kunci: Strategi Berjualan, Pertukaran Sosial, Pasar Pagi Arengka***

**THE STRATEGY OF FRUIT TRADERS IN SELLING  
AT THE MORNING MARKET OF ARENGKA, PEKANBARU CITY**

**By: Adila De Chika**

[adilladechika@gmail.com](mailto:adilladechika@gmail.com)

**Supervisor: Hesti Asriwandari**

[hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id](mailto:hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id)

Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences  
Riau University  
Bina Widya Campus, Jalan H.R Soebrantas Km. 12.5 New Intersection,  
Pekanbaru 28293 Tel / Fax. 0761-63277

**ABSTRACT**

*The strategy of fruit traders in selling at the morning Market of Arengka, Pekanbaru City. This research was conducted at Arengka Market, Pekanbaru City. The purpose of this study was to determine the costs and rewards of fruit traders and the strategies of fruit traders in carrying out selling activities. In determining the informants using a purposive sampling technique, namely fruit traders who do not cooperate with fruit traders around the market, have been selling for more than five years, and persisted in selling when the flyover was established. The number of informants in this study were five people. The theory used is the theory of social exchange by George Casper Homans. The results obtained are that the costs made are sacrifices in the form of time, material (paying rent), and in their own way. Rewards obtained by informants are in the form of material (money, have assets, and are able to meet daily needs) and non-material (comfort, security, and pleasure). Of course, this is different for each informant. As for the strategy, it is seen through the propositions in social exchange theory and assisted by cost analysis, so that rewards are also obtained for each informant. In general, the strategy taken by each informant is in the form of improving service to buyers in the form of providing good quality fruit, being friendly to buyers, being honest with customers, and giving discounts to customers. To support this strategy so that it runs smoothly and according to its objectives, of course it requires costs or sacrifices. After carrying out a strategy that is assisted by cost, the result is a reward.*

**Keywords: Selling Strategy, Social Exchange, Morning Market of Arengka**

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dari Provinsi Riau. Kota Pekanbaru memiliki fungsi sebagai pusat pemerintahan Provinsi Riau. Kota Pekanbaru juga merupakan kota terbesar yang ada di Provinsi Riau. Kota Pekanbaru memiliki salah satu keunggulan yaitu ada pada minyak bumi. Pertumbuhan Kota Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh keberadaan minyak, pabrik, dan kertas. Sedangkan Perkembangan Kota Pekanbaru juga terletak pada perdagangan yang semakin maju dan pesat setiap tahunnya. Sehingga mata pencaharian masyarakat Pekanbaru pada umumnya adalah sebagai pedagang.

Tempat yang mendukung untuk orang berdagang tentunya adalah pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga sebagai pusat kegiatan perbelanjaan yang dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Pasar terbagi menjadi pasar modern dan pasar tradisional.

Pasar modern merupakan tempat terjadinya jual beli yang mana harga barang tidak bisa ditawar lagi, artinya pasar modern tidak terjadi proses tawar menawar antar penjual dan pembeli (Mall Pekanbaru, Mall Living World, Lotte Mart, dll). Kedua yaitu pasar tradisional, sebagai tempat yang digunakan untuk proses jual-beli berbagai kebutuhan hidup sehari-hari seperti kebutuhan makanan, pakaian, dan kebutuhan dapur lainnya yang kemudian disebut sebagai pasar tradisional (Roehan, 2019). Contohnya Pasar Pagi Arengka, Pasar Selasa, Pasar Kodim, dll.

Di antara para pedagang pasti mereka memiliki daya saing yang sangat tinggi, apalagi jika mereka menjual barang yang sama dan berdekatan. Menurut Mudarajad (2005) persaingan adalah ketika sekelompok orang berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Setiap individu atau toko akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan jual beli mereka. Hal ini dibutuhkan agar mereka selalu mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Disetiap toko atau para pedagang pasti memiliki cara mereka sendiri dalam mensiasati persaingan ini.

Untuk mengadapi persaingan ini, para pedagang tentunya harus mempunyai strategi dalam berjualan. Menurut Hutabarat dalam (Wahyudiyanto:2017) strategi adalah ilmu yang mempelajari cara perencanaan dan pengerahan sumber daya untuk melakukan operasi besar-besaran, melansir kekuatan pada posisi yang paling menguntungkan sebelum menyerang lawan. Strategi adalah langkah awal untuk mengungguli atau memenangkan suatu keadaan.

Tentunya strategi yang dibutuhkan harus sesuai dengan keadaan di sekitar kita berjualan. Contohnya pada Pasar Pagi Arengka yang beralamat di Sidomulyo Timur, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, dekat dengan flyover yang ada di Jalan Arengka.

Dari sekian banyak pedagang tentunya yang menjual barang-barang tersebut tidak hanya satu toko saja, pasti banyak yang menjual

barang yang sama ditoko lain. Contohnya saja para pedagang buah ditepi jalan arengka, yang tokonya berjejer dan menjual buah-buahan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang buah di Pasar Pagi Arengka ini terdapat persaingan yang ketat karena jumlah pedagang buah di pasar ini sangatlah banyak dan tokonya berderet deret. Mereka menjual buah yang sama, mulai dari buah pisang, pepaya, jeruk, salak, semangka, apel, anggur, melon, dan lain-lain. Setelah saya observasi langsung ke lapangan saya melihat dipasar tersebut terdapat sembilan toko buah yang sama berjejer, beberapa toko disebarangnya, dan masih banyak lagi pedagang buah di sekitarnya.

Dari salah satu pedagang buah yang sudah berjualan empat tahun tersebut mengatakan, mereka ada yang mendapatkan buah dari satu tempat yang sama. Tetapi, untuk harga jual mereka tidak ada ketentuan yang sama. Mereka bebas menjual buahnya dengan harga yang ditetapkan masing-masing toko. Pedagang buah juga mengatakan kalau mereka tidak ada melakukan kerja sama dengan toko-toko yang lain, sehingga mereka secara tidak langsung melakukan persaingan dalam berjualan.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada salah satu pedagang buah, dia mengatakan bahwa sesama pedagang ada persaingan. Persaingan dalam mendapatkan pelanggan, dengan cara memberikan harga yang berbeda dengan penjual yang lain. Pemasukan buah tiap toko ada yang berbeda dan ada yang sama. Jadi, dapat disimpulkan diantara para pedagang buah ini mengalami persaingan.

Walaupun persaingan yang terjadi diantara pedagang tersebut ada tetapi mereka masih bertahan dalam berdagang buah. Bahkan mereka bisa bertahan berjualan selama bertahun-tahun. Terlebih lagi sewaktu adanya pembangunan flyover yang banyak memberikan hambatan kepada pedagang untuk tetap berjualan dan mempertahankannya.

Tentunya hal ini membawa untung bagi para penjual sehingga mereka tetap bertahan berjualan buah di pasar tersebut. Jika diantara para pedagang tersebut ada persaingan, maka mereka pasti melakukan strategi dalam berjualan untuk meningkatkan jual beli mereka.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin meneliti dan menjelaskan lebih dalam tentang **“Strategi Pedagang Buah Dalam Berjualan di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang dijabarkan penulis, ada rumusan masalah yang menjadi pertanyaan dalam skripsi ini. Berikut rumusan masalah dari skripsi ini.

1. Bagaimana cost dan reward pedagang buah dalam menjalankan aktifitas berjualannya?
2. Bagaimana strategi pedagang buah untuk tetap menjalankan aktifitas berjualan di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari skripsi ini disesuaikan dari beberapa rumusan masalah yang telah disampaikan

sebelumnya. Berikut tujuan dari permasalahan skripsi ini.

1. Mengetahui cost dan reward pedagang buah dalam menjalankan aktifitas berjualannya.

2. Mengetahui strategi pedagang buah untuk tetap menjalankan aktifitas berjualan di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dengan dilakukannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya ini bisa membantu untuk mengembangkan dalam pengetahuan strategi yang dilakukan pedagang buah dalam berjualan untuk menghadapi persaingan.

2. Manfaat praktisi

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi mengenai data dan informasi yang dapat membantu peneliti lebih lanjut dari peneliti-peneliti lainnya tentang strategi dalam berjualan yang dilakukan pedagang buah untuk menghadapi persaingan.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pertukaran Sosial

Teori pertukaran sosial mempunyai konsep seperti memberi dan menerima kembali jika ada pengorbanan yang dilakukan. Teori pertukaran sosial ini juga dipakai pada prinsip-prinsip transaksi ekonomi yaitu ada barang atau jasa jika ada imbalan dalam bentuk

barang atau jasa yang diinginkan menurut (Poloma, M.M:2004).

Perilaku ekonomi dikatakan sama dengan perilaku sosial karena melakukan transaksi yang menghasilkan beberapa keuntungan, melakukan beberapa pengorbanan, dan mendapatkan imbalan. Dalam teori ini pertukaran terjadi tidak selalu mengenai barang, uang, atau materi tetapi juga bisa dalam bentuk non materi seperti kenyamanan, dan, kesenangan.

Teori pertukaran sosial yang digunakan pada penelitian ini yaitu dari **George Caspar Homans**, atau yang biasanya disebut Homans. pendukung teori pertukaran sosial ini adalah segala tingkah laku individu berdasarkan imbalan (*rewards*) dan pengorbanan (*cost*) yang akan menghasilkan keuntungan (*profit*) menurut (Raho, Bernard:2007).

Pada teori pertukaran sosial menurut Homans ada beberapa proposisi yang menjelaskan tentang tingkah laku sosial yang paling dasar, berikut proposisi dari Homans, sebagai berikut:

1. Proposisi Sukses

Menurut Homans (dalam Poloma, M.M:2004) proposisi sukses ketika suatu tindakan semakin sering dilakukan dan memperoleh ganjaran, maka semakin sering ia melakukan tindakan itu.

2. Proposisi Stimulus

Menurut Homans (dalam Poloma, M.M:2004) proposisi stimulus terjadi jika dahulunya terjadi stimulus khusus (seperangkat stimuli) dimana peristiwa tersebut seseorang mendapatkan ganjaran, maka semakin mirip stimuli yang sekarang dengan yang lalu, maka

semakin mungkin seseorang tersebut melakukan tindakan yang serupa atau agak sama.

### 3. Proposisi Nilai

Menurut Homans (dalam Poloma, M.M:2004) proposisi nilai terjadi ketika semakin tinggi nilai tindakan yang kita lakukan, maka semakin senang dan sering seseorang melakukan tindakan itu.

### 4. Proposisi Deprivasi-Satiasi

Menurut Homans (dalam Poloma, M.M:2004) proposisi deprivasi-satiasi terjadi ketika seseorang sering mendapatkan atau menerima suatu imbalan tertentu, maka keeseokannya nilainya akan berkurang karena peningkatan setiap unit imbalan.

### 5. Proposisi Restu-Agresi

Menurut Homans (dalam Poloma, M.M:2004) proposisi restu-agresi terjadi jika perilaku seseorang tidak mendapatkan imbalan yang diinginkan atau menerima hukuman yang tidak diharapkannya maka ia akan marah dan kecewa.

## 2.2 Persaingan dan Strategi

Persaingan (*competition*) yang artinya bersaing, melakukan kompetensi. Persaingan adalah sekelompok orang yang berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti mendapatkan konsumen, pangsa pasar atau market share, dan sumber daya yang dibutuhkan (Mudrajad: 2005). Jadi, jika terjadinya persaingan maka akan terjadi perlombaan untuk mendapatkan hal yang menjadi tujuan bersama.

Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam menurut (Arifin:2009) yaitu:

- Pihak-pihak yang bersaing  
Yang menjadi tokoh utama dalam menggerakkan persaingan yaitu manusia. Mereka akan bersaing sesuai dengan pengetahuan dan pandangannya mengenai bisnis yang dilakukannya
- Cara-cara bersaing  
Dalam berbisnis, pasti ada rekan bisnis (berpihak pada kita) dan pesaing dalam bisnis (musuh). Oleh karena itu, para pebisnis harus tau sikap atau cara-cara yang dilakukan kepada rekan bisnis dan pesaing bisnis. Biasanya para pebisnis pasti akan mendahulukan keuntungan pribadi daripada keuntungan rekan-rekan bisnisnya. Hal ini tergantung bagaimana pesaing bisnis itu membuat keputusan.
- Produk atau jasa yang dipersaingkan  
Produk (barang) atau jasa penting juga harus diperhatikan dalam bersaing. Barang atau produk yang di perjual belikan harus mempunyai satu kelebihan dan keunggulan dibandingkan dengan punya orang lain. Bagi pedagang buah mungkin bisa saja produk atau buah yang disediakan dengan kualitas yang bagus dan berbeda dengan penjual yang lain. Pada penelitian ini produk yang dipersaingkan yaitu buah-buahan yang mereka jual.

Aspek-aspek persaingan usaha yang perlu diketahui pelaku usaha yang perlu diketahui dalam memenangkan persaingan pasar menurut Wood (dalam Riadi:2019), yaitu:

- Ancaman masuknya pendatang baru. Masuknya pendatang baru (pedagang baru) yang akan menimbulkan sejumlah permasalahan baru bagi usaha yang sudah ada
- Ancaman dari produk substitusi. Produk substitusi ini maksudnya adalah barang sebagai pengganti jika barang yang dibutuhkan tidak ada.
- Kekuatan tawar menawar pembeli. Pembeli sangat mempengaruhi sebuah toko atau pemiliknya untuk memotong harga
- Kekuatan tawar menawar pemasok. Selain pembeli, pemasok juga dapat mempengaruhi keadaan suatu toko. Ketika kegiatan tawar menawar dengan pemasok juga menentukan berapa dan apa saja keuntungan yang kita dapatkan.

Menurut (Puspasari: 2019) memecahkan suatu persaingan dalam membangun sebuah usaha dibutuhkan beberapa faktor salah satunya yaitu sebuah strategi bersaing agar usaha yang telah dibangun dapat berjalan dengan baik serta tetap menghasilkan keuntungan. Hal inilah yang pasti dilakukan setiap pedagang buah yang ada di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru dan cara tersebut pasti berbeda-beda.

Menurut (Puspasari: 2019) memecahkan suatu persaingan dalam membangun sebuah usaha dibutuhkan beberapa faktor salah satunya yaitu sebuah strategi bersaing agar usaha yang telah dibangun dapat berjalan dengan baik serta tetap menghasilkan keuntungan.

Strategi adalah alat bersama untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang yang hendak dicapai menurut David dalam (Hariyawati:2017). Hal inilah yang pasti dilakukan setiap pedagang buah yang ada di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru dan cara tersebut pasti berbeda-beda.

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu strategi atau cara-cara yang dilakukan penjual untuk menghadapi persaingan disekitarnya dan cara melanjutkan aktivitas berjualan di tempat yang banyak pesaingannya guna meningkatkan jual beli sehingga mendapatkan *reward* sehingga memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Seperti yang diketahui di lapangan banyak saingan disekitarnya sehingga membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan si penjual. Dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh penjual, penulis menggunakan teori pertukaran sosial oleh George Casper Homans melalui lima proposisinya. Dari kelima proposisi tersebut dapat dijabarkan dan disimpulkan strategi yang dilakukan oleh informan dalam penelitian ini.

Dalam pembahasan strategi ini memiliki hubungan dengan *cost* dan *reward*. Ketika mengetahui *cost* apa saja yang dilakukan informan maka hasil itu merupakan bagian dari strategi juga karena strategi butuh pengorbanan dalam bentuk *cost* (materi dan non materi). Setelah mengetahui strategi dan *cost* maka dapat diketahui pula *reward* yang di dapatkan dari usaha tersebut.

### 2.3 Pedagang

Pedagang tugasnya untuk menjual barang-barang yang ingin

dijualnya kepada para pembeli. Menurut (P. Sitorus:2019) Pedagang ini banyak macam-macamnya, yaitu:

1. Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir  
pedagang yang mendapatkan barang yang dijualnya dari distributor atau agen yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor. Biasanya mereka lebih banyak menyediakan stok barang daripada pedagang eceran, karena pembeli lebih banyak membeli untuk mereka jual kembali.
2. Pedagang Eceran/ Pengecer  
pedagang yang menjual barang secara langsung ke konsumen atau pembeli dengan jumlah satuan atau eceran. pedagang ini menjual barangnya ke konsumen langsung, bukan untuk dijual lagi. Pedagang buah di Pasar Pagi Arengka ini termasuk ke dalam pedagang eceran

#### **2.4 Pasar**

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, pasar terbagi menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Pasar tradisional adalah pasar yang proses jual belinya terjadi secara langsung dan adanya tawar menawar antara penjual dan pembeli (Siadari, S.W:2019). Pasar modern, yaitu pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah swasta dalam bentuk mall, supermarket, mini market, departement store, dan lain-lain (Siadari, S.W:2019)

Untuk Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru itu sendiri ia termasuk ke dalam pasar tradisional,

karena pedagangnya merupakan pedagang menengah dan kecil, dan terjadinya proses tawar menawar antar pedagang dan pembeli, jika tidak terjadi hal itu maka itu termasuk pasar modern.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian ini di Pasar Pagi Arengka yang beralamat di Kelurahan Sidomulyo Timur, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, dan Kelurahan Delima, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Adanya dua kelurahan disini karena subjek penelitian ini terletak di lokasi yang berbeda. Di Kelurahan Sidomulyo Timur ada empat orang subjek, sedangkan di Kelurahan Delima ada satu orang. Subjek dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan ketentuan pedagang buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang tidak melakukan kerja sama dengan pedagang buah disekitaran pasar tersebut, yang telah berjualan buah selama lebih dari 5 tahun atau dari sebelumnya didirikannya flyover karena masih bertahan berjualan ketika kondisi tempatnya berjualan sedangkan ada pembangunan flyover, dan informan yang bersedia untuk di wawancarai dan dianggap bisa menjawab permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Sedangkan untuk pengambilan data penulis menggunakan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### **HASIL PENELITIAN**

##### ***Cost (pengorbanan) Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka***

Pada pembahasan mengenai *cost* (pengorbanan, setiap informan mempunyai cara *cost* (pengorbanan) yang berbeda, tetapi ada juga yang sama. Bagian yang sama setiap informan yaitu sama-sama mengeluarkan uang setiap enam bulan sekali untuk membayar toko supaya tetap bisa berjualan. Mereka juga melakukan *cost* (pengorbanan) dalam bentuk waktu. Waktu yang diberikan untuk membuka toko buah sama-sama lebih dari setengah hari lamanya. Paling lama ada yang sampai 16 jam dalam sehari. Mereka juga melakukan *cost* (pengorbanan) dengan caranya masing-masing. Ada yang meningkatkan pelayanan dengan cara ramah kepada semua pembeli, memberikan harga yang berbeda dengan pedagang lain tetapi tidak mengurangi kualitas buahnya, ada yang selalu berkata jujur kepada pembeli, dan ada yang memberikan kualitas buah yang selalu bagus. *Cost* atau pengorbanan yang dilakukan setiap informan itu merupakan versi terbaik dari mereka. Karena *cost* atau pengorbanan yang dipilih setiap informan itu menurutnya yang paling bisa membuat mereka mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu *cost* setiap informan berbeda-beda.

### **Rewards (imbalan) Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka**

Pada pembahasan mengenai *rewards* berupa materi yang didapatkan dari kelima informan ini yaitu cenderung bisa memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari, dalam arti kata hidupnya berkecukupan dan tidak susah, bisa menyekolahkan anak-anaknya. *rewards* yang seperti inilah yang sangat membantu informan dalam hidupnya. Selain itu mereka bisa memiliki beberapa aset, seperti

rumah, kendaraan, peralatan rumah dan tanah. Alasan mereka bertahan berjualan buah di Pasar Pagi Arengka ini bisa juga karena adanya *rewards* berupa non materi. *Rewards* ini yang setiap informan dapatkan yaitu berupa kesenangan dan nyaman saat berjualan, rasa senang dan kenyaamanan itu terbentuk karena mereka mempunyai hubungan tali persaudaraan yang kuat antar sesama pedagang sehingga kecil kemungkinan akan terjadi perselisihan. Selain itu, bisa juga karena mempunyai letak yang strategi untuk berjualan sehingga menguntungkan bagi para penjual. Bagi salah satu informan *rewards* non materinya berwujud adanya tercipta rasa syukur dengan Tuhan karena sudah merasa cukup.

Secara umum, memang *reward* yang didapatkan setiap informan itu adalah cukup dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dan berkehidupan yang sederhana. Sehingga yang membuat mereka bisa bertahan lama dalam berjualan bukan hanya keuntungan itu saja tetapi di dukung oleh *reward* atau keuntungan yang bersifat non materi yaitu kenyamanan dan kesenangan dalam berjualan.

### **Analisis Cost Dan Reward Menurut Proposisi Pertukaran Sosial**

Pada pembahasan mengenai *rewards* berupa materi yang didapatkan dari kelima informan ini yaitu cenderung bisa memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari, dalam arti kata hidupnya berkecukupan dan tidak susah, bisa menyekolahkan anak-anaknya. *rewards* yang seperti inilah yang sangat membantu informan dalam hidupnya. Selain itu mereka bisa

memiliki beberapa aset, seperti rumah, kendaraan, peralatan rumah dan tanah. Alasan mereka bertahan berjualan buah di Pasar Pagi Arengka ini bisa juga karena adanya *rewards* berupa non materi. *Rewards* ini yang setiap informan dapatkan yaitu berupa kesenangan dan nyaman saat berjualan, rasa senang dan kenyaamanan itu terbentuk karena mereka mempunyai hubungan tali persaudaraan yang kuat antar sesama pedagang sehingga kecil kemungkinan akan terjadi perselisihan. Selain itu, bisa juga karena mempunyai letak yang strategi untuk berjualan sehingga menguntungkan bagi para penjual. Bagi salah satu informan *rewards* non materinya berwujud adanya tercipta rasa syukur dengan Tuhan karena sudah merasa cukup.

### **Strategi Berjualan Pedagang Buah**

Pada pembahasan mengenai strategi berjualan pedagang buah secara keseluruhan empat informan sangat terganggu pada saat pembangunan flyover. Satu informan tidak terlalu merasa terganggu pada saat itu. Akibat yang dirasakan empat informan ini yaitu berkurangnya pendapatan jual beli mereka dari hari biasanya. Sedangkan informan yang tidak terlalu merasa terganggu tidak merasakan hal tersebut. Dari keseluruhan informan pada umumnya tidak melakukan strategi khusus untuk menghadapi situasi seperti ini. Mereka hanya ada yang mengurangi stok buah untuk mereka jual dari hari biasanya. Selanjutnya ada yang membuka jasa mengantar buah yang dipesan ke tempat si pembelinya. Dan ada juga yang berusaha menghubungi para pelanggannya untuk memberitahui bahwasanya mereka pindah berjualan

yang tidak jauh dari tempat biasanya. Dari keseluruhan informan dalam melakukan strategi berjualan, mereka melakukan beberapa proposisi dari teori pertukaran sosial. Proposisi yang banyak dilakukan oleh setiap informan yaitu proposisi sukses, stimulus, dan nilai. Untuk proposisi deprivasi satiasi ada dua orang informan yang melakukannya. Strategi juga bisa dilihat dari *cost* yang dilakukan setiap informan. *Cost* yang pasti dilakukan setiap informan yaitu dalam bentuk waktu dan membayar uang sewa tokonya. Setelah semua informan melakukan proposisi dan *cost* yang mana keduanya merupakan bagian dari strategi maka, informan mendapatkan *reward* untuk hasilnya yaitu ada yang berupa materi dan non materi.

### **PENUTUP**

#### **KESIMPULAN**

##### **1. *Cost* dan *Reward* Pedagang Buah**

Hasil penelitian ini *cost* yang sama dilakukan oleh setiap informan yaitu dalam bentuk materi (membayar uang sewa), selain itu juga dalam bentuk waktu yaitu (membuka toko sama-sama lebih dari setengah hari). Hal yang membedakan *cost* antar informan ini yaitu dalam bentuk pelayanan yang diberikannya kepada konsumen, dalam menentukan harga jual kepada konsumen, dan memberikan kualitas yang bagus menurut masing-masing informan.

*Reward* (keuntungan) setiap informan itu ada yang berbentuk materi dan non materi. Pada

kelima informan ini, *reward* dalam bentuk materi yaitu cenderung bisa memenuhi kebutuhan keluarganya sehari-hari, bisa memiliki beberapa aset, sedangkan untuk *reward* yang non materi berupa kesenangan dan kenyamanan saat berjualan, hal ini terbentuk karena memunyai hubungan tali persaudaraan yang kuat antar pedagang, selain itu tempat yang strategis juga mendukung untuk mendapatkan *reward* materi. Bagi salah satu informan, *reward* non materinya berupa adanya rasa tercipta rasa syukur kepada Tuhan karena sudah merasa cukup.

## 2. Analisis *Cost* dan *Reward* Menurut Proposisi Pertukaran Sosial

Dari kelima informan dapat disimpulkan bahwa lima orang informan memenuhi tiga proposisi yang pasti dilakukan oleh informan, yaitu proposisi sukses, stimulus dan nilai. Pada proposisi deprivasi satiasi ada dua informan. Selanjutnya, lima informan tidak pernah mealakukan proposisi restu-agesi yaitu tidak pernah melakukan tindakan yang merugikan pedagang lain, dan ketika mendapatkan *reward* yang diluar ekspektasi informan, mereka hanya merasa senang saat itu.

## 3. Strategi Berjualan Pedagang Buah

Pada saat pembangunan flyover, kelima informan tidak melakukan strategi khusus untuk menghadapi situasi ini. Mereka hanya mengurangi stok buah yang akan dijual dari hari biasanya, membuka jasa

pengantaran buah, dan memberi tahu kepada pelanggan bahwasanya mereka indah jualan dari tempat biasa berjualan. Secara umum, strategi yang dilakukan setiap informan dari hasil proposisi, *cost* dan *reward* yaitu informan banyak yang melakukan tiga proposisi yaitu proposisi sukses, stimulus, dan nilai. Ada dua orang yang mengalami proposisi deprivasi-satiasi. Untuk *cost* ada yang dalam bentuk waktu, pelayanan, dan materi (uang sewa toko).

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang tepat diberikan yaitu:

### 1. Pedagang Buah Di Pasar Pagi Arengka

Diharapkan para pedagang buah dan yang lainnya dapata bertahan berjualan buah di Pasar Pagi Arengka tanpa ada konflik atau perselisihan dalam berjualan. Meningkatkan rasa persaudaraan antar sesama pedagang dan pembeli agar semakin terciptanya rasa aman, dan nyaman.

### 2. Pemerintahan

Diharapkan kepada pemerintah lebih peka dan merangkul masyarakatnya terutama pedagang yang ada di Pasar Pagi Arengka . Pada saat ada kegiatan atau agenda pemerintah yang mengharuskan para pedagang pindah atau terganggu seharusnya pemerintah memberikan bantuan kepada mereka agar para pedagang tetap nyaman dan aman dalam berjualan

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johan & Aziz, Abdul. 2009. "Etika Bisnis Islami". Semarang: Walisongo Press
- Hariyawati, Susi & AN, Lutfy Ady. 2017. "Strategi Bisnis Usaha Kecil Menengah Pabrik Tahu Mega Jaya Di Domas Menganti Gresik". *Jurnal Bisnis Indonesia*, 8(1),66
- Mudrajad, Kuncoro. 2005. "Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif". Erlangga:Jakarta
- P, Sitorus. 2019. "Kategori, Jenis Pedagang, Dan Ciri-Ciri". <http://idemotivasibisnis.blogspot.com/2019/07/apa-arti-pedagang.html>. Diakses Pada 22 April 2021
- Poloma, Margaret M. 2004. "Sosiologi Kontemporer". Jakarta:PT RajaGrafindo Persada
- Puspasari, Herdiana Ulfa Dwi. 2019. "Persaingan Usaha Pada Industri Kuliner (Studi Tentang Bentuk Persaingan Dan Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam Di Kabupaten Ponorogo)". Skripsi. Diterbitkan. Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga:Surabaya
- Raho, Bernard SVD. 2007. Teori Sosiologi Modern. Jakarta: Prestasi Pustaka Publiser
- Roehan, Adzini Anzalia. 2019. *Penerapan EMBELLISHMENT Unsur Dekoratif Pada Busana Modestwear*. Skripsi. Diterbitkan. Textile Design. Universitas Telkom: Bandung
- Siadari, Sandhri W. 2019. "Jaringan Sosial Pedagang Pendetang Di Pasar Selasa Kecamatan Tampan". *Jom FISIP*. 6(2). 3.