



Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku

Siti Khadijah¹, Wiclif Sepnath Pinoa^{1*}, Edward Gland Tetelepta¹

¹Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Unpatti, Ambon

Article Info	ABSTRAK
Kata Kunci: Pedagang Konvensional, Online Shop	Perdagangan merupakan salah satu sektor dalam sistem perekonomian kita yang berperan menghubungkan sektor produksi dengan konsumsi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi bertahan pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan adanya strategi untuk mempertahankan usahanya yang sudah dilakukan sejak lama diantaranya seperti: penataan ruang toko, menambah jenis barang dagangannya, mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern. Karena kehadiran online shop dengan konsep belanja yang menyediakan barang yang nyaman sesuai dengan permintaan pelanggan, bisa belanja dari rumah yang menyebabkan masyarakat cenderung meninggalkan toko tradisional.
Keywords: Conventional Merchant, Online Shop	ABSTRACT <i>Trade is one of the sectors in our economic system that plays a role in connecting the production sector with consumption. The purpose of this research is to understand the survival strategies of conventional traders amid the development of online shops in the Batu Merah Market, Ambon City, Maluku Province. The research type used in this study is descriptive with a qualitative approach, and it is analyzed using SWOT analysis. The research results show that there are strategies implemented to sustain their businesses that have been practiced for a long time, including: store layout arrangement, expanding the range of merchandise, and being able to withstand the intensifying competition with modern retailers. The presence of online shops offering convenient shopping experiences tailored to customer demands, allowing people to shop from home, has led to a tendency for the community to move away from traditional stores</i>

***Corresponding Author:**

Wiclif Sepnath Pinoa

Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan IPS FKIP Universitas Pattimurai Ambon

Sepnath@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi secara cepat terutama dalam bidang teknologi, tentunya

memiliki peranan dalam membuat perubahan pada aktivitas yang dijalankan oleh sebagian besar individu. Perkembangan teknologi yang

terjadi membuat setiap individu dapat dengan mudah dalam mengakses berbagai macam informasi yang ia inginkan hanya dengan menulis kata kunci pada mesin pencarian google. Dengan perkembangan yang terjadi dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi membuat seseorang dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya sangat jauh. Selain itu perkembangan yang terjadi juga menciptakan pasar-pasar online yang memiliki berbagai macam keunggulan yang bisa didapatkan oleh para penggunanya (Qodri & Tesniyadi, 2022).

Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, menurut survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Nurhayati Lubis, 2019), selama kurun waktu 16 tahun (2000-2015) pengguna internet di Indonesia meningkat dari 2 juta menjadi 139 juta pengguna. Indonesia merupakan negara peringkat ketiga di Asia untuk jumlah pengguna internet terbanyak. Mobilitas yang tinggi kini telah didukung dengan perkembangan iDevice seperti smartphone, notebook maupun tablet yang memungkinkan para pengguna internet mengakses internet kapan dan dimana saja, hal ini kemudian melahirkan era media sosial.

Pasar merupakan tempat jual beli selain toko, minimarket, dan supermarket. Di pasar tersebut terjadi transaksi barang atau jasa antara pembeli dengan penjual (Fitriana dkk., 2021). Menurut Peraturan Presiden No 112 tahun 2007, pasar sebagai tempat jual beli benda dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut dengan pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun istilah yang lain. Kegiatan ekonomi pasar adalah tempat dimana proses transaksi antara pembeli serta

penjual berlangsung, dan seperti tempat agar memperoleh perlengkapan kebutuhan dengan harga yang cocok. Pasar tidak hanya mempunyai fungsi ekonomi akan tetapi mempunyai fungsi sosial.

Pedagang konvensional merupakan aktivitas transaksi jual beli dengan kondisi penjual dan pembeli bertemu secara fisik. Menurut Brotodiharjo (1996) dalam (Fitriana dkk., 2021) menjelaskan pedagang konvensional memiliki suatu tempat usaha agar pembeli dan penjual saling berhadapan atau bertatap muka untuk penyerahan dan penerimaan barang. Sama halnya di pasar, pedagang konvensional menjadi suatu sistem interaksi jual beli yang mengedepankan secara fisik. Namun dengan seiring perkembangan zaman dan teknologi perdagangan sistem konvensional semakin menurun dengan adanya E-Commerce penjualan online shop seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan lain sebagainya.

Adapun yang menjadi persoalan pedagang konvensional terhadap perkembangan zaman yang menitik beratkan kepada sistem digital atau online sehingga mudah dalam memilih barang atau produk yang diinginkan. Akan tetapi kelebihan yang menjadi dasar kehati-hatian konsumen terhadap barang yang diinginkan sehingga konsumen memilih pasar atau pedagang konvensional sebagai pilihan alternatif dalam kualitas barang (Halia, 2021).

Sementara itu, perkembangan online shop pun menjadi mudah dan cepat dalam memilih suatu produk atau barang sehingga tidak perlu memakan waktu dan biaya yang banyak. Akan tetapi perkembangan online shop pun memiliki kelemahan dalam hal pengecekan kualitas produk atau barang yang telah diterima oleh konsumen, ada yang

merasakan kepuasan dalam hal suatu produk atau barang, ada juga yang merasakan kekecewaan saat menerima suatu produk atau barang yang tidak sesuai dengan keinginan.

Dan realisasinya, perkembangan online shop menjadi suatu alternatif dalam membeli suatu produk atau barang dengan cepat dan mudah akan tetapi Quality Control (Mengelola Kualitas) menjadi rendah sehingga ada pandangan konsumen yang merasakan kepuasan terhadap suatu produk atau barang ada pula yang merasakan kekecewaan saat produk atau barang sudah diterima oleh konsumen.

Dengan demikian, para pedagang konvensional harus melakukan tatananan yang menjadi strategi atau cara agar beradaptasi sosial terhadap kemajuan teknologi dengan perkembangan online shop. Oleh karena itu, pedagang konvensional sangatlah sulit dalam memasarkan produksinya, berbeda halnya dengan online shop lebih mudah dengan memasarkan secara online sebab zaman sekarang masyarakat lebih banyak menggunakan online daripada offline.

Pedagang konvensional harus mampu beradaptasi dengan zaman sekarang yang mengutamakan digital (online) sehingga tidak tergeser oleh E-Commerce yang sudah menjadi primadona bagi masyarakat sekitar terutama pada pedagang konvensional Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku.

Pasar Batu Merah atau yang sering disebut juga dengan pasar mardika merupakan pasar terbesar yang di Kota Ambon Provinsi Maluku. Di dalam Pasar Batu Merah terdapat berbagai macam pedagang yang menjual perlengkapan fashion, emas, bahan makan, perlengkapan kecantikan, dan penjual kuliner. Sistem penjualan di Pasar Batu Merah merupakan sistem penjualan

eceran dan juga grosiran. Belum lama ini adanya perbaikan fasilitas pasar dilakukan, seperti pelebaran jalan dan pembagian tempat untuk berjualan namun, masih banyak pedagang yang tidak patuh dan memilih berjualan di jalan raya yang mengakibatkan kemacetan panjang di pasar. Hal demikian merupakan salah satu penyebab tidak sedikit orang memilih untuk berbelanja online.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik dan ingin mengetahui bagaimana pedagang konvensional di Pasar Batu Merah Ambon mampu mempertahankan usahanya di tengah era perkembangan online shop. Dengan adanya fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam penelitian yang berjudul "Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dengan menggunakan metode kualitatif dimaksudkan untuk mengetahui dan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari objek strategi bertahan pedagang di era perkembangan online shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

HASIL PENELITIAN

Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Strategi Pasar dan Teknik Persaingan

Strategi bertahan pedagang konvensional di perkembangan online shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku. Sesuai Penelitian saya yaitu sejauh mana modal sosial tersebut dapat digunakan oleh para pedagang konvensional sebagai strategi untuk mempertahankan usahanya yang sudah dilakukan sejak lama dan bisa bertahan dalam perkembangan pasar online yang merajalela pada saat ini di Desa Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan saya yaitu strategi pedagang toko tradisional dalam mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah aktivitas di masa modern ini. Hasil penelitian bahwa strategi mempertahankan toko tradisional di tengah perkembangan ritel modern, pedagang toko tradisional mempertahankan kelangsungan usahanya dengan cara: penataan ruang tokoh, menambah jenis barang dagangan, pemberian label harga mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern. Karena kehadiran online shop

dengan konsep belanja yang menyediakan barang yang nyaman sesuai dengan permintaan pelanggan, bisa belanja dari rumah yang menyebabkan masyarakat cenderung meninggalkan toko tradisional.

Strategi pertahanan pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop di Pasar Batu Merah antara lain yaitu:

Mengikuti trend barang yang di jual

Mengikuti trend bukan saja harus dilakukan oleh para pembeli atau konsumen agar tidak dikatakan ketinggalan modal, tetapi perkembangan trend juga harus diikuti oleh para pedagang. Saat ini pedagang yang dapat melihat perkembangan trend terbaru adalah pedagang online. Para pedagang online biasanya lebih cepat mengetahui adanya perubahan dan perkembangan barang-barang terbaru. Dengan bijaknya pedagang online membaca niat konsumen membuat para pedagang online semakin berkembang dan dapat meruntuhkan para pedagang konvensional.

Memajang Barang Baru di Bagian Depan

Salah satu cara untuk memberikan inovasi baru pada sistem perdagangan konvensional adalah dengan memperbanyak barang baru. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pedagang pakaian di Pasar Batu Merah yaitu ibu saya berusia 40 tahun disimpulkan bahwa strategi untuk bisa bertahan yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Batu Merah yaitu dengan cara memperbaiki tata letak barang seperti memajangkan barang-barang yang baru di bagian depan dan memperbanyak barang-barang baru seperti pada saat ini salah satu contohnya model baju gamis banyak keluar yang terbaru dan barang tersebut harus ada di

pajang bagian depan tempat berjualan tersebut.

Memberi Potongan Harga (Diskon)

Salah satu strategi pemasaran produk dalam bisnis yang terbukti masih efektif hingga saat ini seperti yang kita ketahui bahwa diskon adalah salah satu hal yang paling disukai, terutama bagi mereka yang hobi berbelanja. Kehadiran diskon akan menarik lebih banyak orang sehingga akan memiliki lebih banyak pembeli. Banyak pelaku bisnis mulai dari level kecil hingga besar yang menggunakan strategi ini.

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Siti Khadijah pada tahun 2022 tentang strategi bertahan pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop di Pasar Batumerah Kota Ambon Provinsi Maluku dengan cara menambah jenis barang dagangan, pemberian label harga mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern.

Meningkatkan Jaringan Sosial Dengan Pembeli

pembeli merupakan orang atau yang tak kalah penting dari pedagang, tanpa pembeli pedagang tidak akan bisa bertahan di pasar. Oleh sebab itu, antara pedagang dengan pembeli juga terjalin hubungan yang baik dengan pembeli juga terjalin hubungan yang baik. Menjalin hubungan yang baik dengan pembeli melalui peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh pedagang adalah dengan cara memberikan keringanan terhadap pembeli dengan memberikan diskon kepada pembeli dan di bayar bisa dicicil.

Dengan cara ini pelanggan masih terikat dengan hutang sehingga diharapkan pembeli akan Kembali lagi untuk belanja. Meningkatkan jaringan sosial dengan pembeli

bahwa meningkatkan jaringan sosial bisa terjadi di pasar namun bisa juga terjadi di luar pasar seperti adanya mengajak para pembeli yang sudah kenal dengan meminta nomor HP kemudian Ketika ada acara pesta kita bisa mengajak mereka untuk datang sehingga adanya interaksi terjadi terus menerus, jadi Tindakan tersebut seseorang lakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan akan menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya agar bisa tercapai tujuan tersebut.

Perkembangan Online Shop Pada Tahun 2020 - Sekarang

Perdagangan merupakan salah satu sektor dalam sistem perekonomian kita yang berperan menghubungkan sektor produksi dengan konsumsi. Di era kecanggihan ilmu teknologi maka hadir pula sistem perdagangan yang baru, yaitu Online Shop atau perdagangan elektronik. Hadirnya sistem perdagangan yang baru juga telah merubah pola berbelanja masyarakat. Saat ini masyarakat kita adalah masyarakat konsumsi yang haus akan barang-barang baru dan cara berbelanja yang baru.

Di tengah kemunculan sistem perdagangan dan pola berbelanja yang baru membuat keberadaan pedagang konvensional terancam. Para pedagang konvensional diharuskan untuk bertahan di tengah perkembangan Online Shop tersebut.

Pada tahun 2020 hingga sekarang tahun 2023 perkembangan belanja melalui Online Shop telah berkembang pesat dimulai dari Marketplace, Shoppe, dan Lazada. Selain berbelanja menggunakan aplikasi tersebut mereka juga bisa bersantai atau rebahan saja di rumah mereka sambil bisa melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi tersebut. Mereka tidak perlu capek-capek

pergi ke pusat perbelanjaan seperti mall atau ke pasar lagi. Karena sudah melakukan pembelian saja lewat rumah dengan sistem online shop. Selain mudah ternyata juga berkualitas dan harganya juga kadang terjangkau. Kata teman saya "Berbelanja di Online shop contohnya shopee ini mempermudah kita dalam pembelian selain tidak capek-capek ke pusat perbelanjaan, kita tinggal main handphone buka aplikasi shopee sambil rebahan saja kita sudah bisa memesan belanja yang ingin kita beli, mau di lihat dari baju, tas sepatu, kosmetik semuanya ada, tinggal pesan doang sistem COD atau bayar langsung juga bisa tinggal di pesan barang sampai tempat tujuan". Begitu mudahnya ternyata berbelanja online shop.

Analisis SWOT Strategi Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop

(Yunus, 2016) Mendefinisikan penelitian ini teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah teknik analisis deskriptif untuk menjawab faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. untuk menjawab pengembangan objek wisata pantai katembe menggunakan analisis SWOT. Analisis ini dilandasi dengan keyakinan terhadap asumsi bahwa strategi efektif akan mampu memaksimalkan kelemahan dan meminimalisir berbagai ancaman. dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik analisis SWOT.

Strategi SO (Strength Opportunity strategy) strategi pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop

1. Online dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dalam memperkenalkan produk melalui internet.

2. Konsumen dapat langsung menemukan informasi yang tepat mengenai produk atau barang.
3. Biaya pemasaran di internet relatif sangat murah.

Strategi WO (Weakness Opportunity)

1. Dalam strategi media pemasaran online konsumen tidak setiap orang mengetahui media internet atau media sosial yang dimiliki.
2. Melalui media online konsumen tidak dapat memesan melalui media internet, karena pada media internet hanya sebagai sarana promosi dan juga terjadi kemahalan ongkir dalam proses pemesanan/ pembelian.
3. Bagi Sebagian orang, biaya penggunaan internet mahal.

Strategi ST (Strength Threat)

1. Semakin banyak usaha sejenis yang menggunakan strategi pemasaran online konsumen.
2. Strategi pemasaran harus selalu update dalam memberikan informasi pada konsumen.
3. Online tidak terbatas waktu karena internet tersedia untuk diakses setiap saat.

Strategi WT (Weakness Threat)

1. Memiliki pasar yang potensial untuk bertumbuh.
2. Kebutuhan masyarakat yang tidak mempunyai akses internet atau kebutuhan informasi produk masih banyak.
3. Strategi pemasaran offline harus selalu update dalam memberikan informasi pada konsumen.

Matrix SWOT

<p>INTERNAL</p>	<p>STRENGTH (S) faktor dari dalam yaitu kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumen bisa tawar menawar saat terjadi transaksi penjualan secara langsung. • Tempat penjualan yang strategis yakni banyak dikunjungi oleh konsumen. 	<p>WEAKNESS (W) faktor dari dalam yaitu kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk belum banyak dikenal oleh masyarakat. • Fasilitas kurang memadai • Tempat kurang menarik.
<p>EKSTERNAL</p> <p>OPPORTUNITIES (O) faktor dari luar yaitu peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasar Batu Merah paling banyak dikunjungi oleh konsumen. • Menetapkan target pemasaran. 	<p>STRATEGI (SO) kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dalam memperkenalkan produk melalui internet. • Biaya pemasaran di internet relatif sangat murah. 	<p>STRATEGI (WO) kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dalam strategi media pemasaran online konsumen tidak setiap orang mengetahui media internet atau media sosial yang dimiliki. • Melalui media online konsumen tidak dapat memesan melalui media internet, karena pada media internet hanya sebagai sarana promosi dan juga terjadi kemahalan ongkir dalam proses pemesanan/ pembelian.
<p>THREATS (T) faktor dari luar yaitu ancaman.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketidakmampuan pedagang dalam memanfaatkan S dan O. • Sebagian masyarakat sudah nyaman mencoba belanja kebutuhan dengan menggunakan aplikasi online shop. 	<p>STRATEGI (ST) kekuatan untuk mengatasi ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategi pemasaran harus selalu update dalam memberikan informasi pada konsumen. 	<p>STRATEGI (WT) kelemahan untuk menghindari ancaman.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki pasar yang potensial untuk bertumbuh. • Strategi pemasaran offline harus selalu update dalam memberikan informasi pada konsumen.

Di lihat dari matriks SWOT di atas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang konvensional dan faktor peluang juga lebih besar bila dibandingkan dengan faktor ancaman. Oleh

sebab itu dengan kondisi seperti itu pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop di Pasar Batu Merah, Kota Ambon, Provinsi Maluku seharusnya sudah cukup mampu untuk bersaing dengan pedagang online shop.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online shop Di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi bertahan pedagang konvensional di perkembangan online shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku. Sesuai Penelitian saya yaitu sejauh mana modal sosial tersebut dapat digunakan oleh para pedagang konvensional sebagai strategi untuk mempertahankan usahanya yang sudah dilakukan sejak lama dan bisa bertahan dalam perkembangan pasar online yang merajalela pada saat ini di Desa Batu Merah Kota Ambon Provinsi Maluku. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan saya yaitu strategi pedagang toko tradisional dalam mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah aktivitas di masa modern ini. Hasil penelitian bahwa strategi mempertahankan toko tradisional di tengah perkembangan ritel modern, pedagang toko tradisional mempertahankan kelangsungan usahanya dengan cara: penataan ruang tokoh, menambah jenis barang dagangan, pemberian label harga mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan ritel modern. Karena kehadiran online shop dengan konsep belanja yang menyediakan barang yang nyaman sesuai dengan permintaan pelanggan, bisa belanja dari rumah yang menyebabkan masyarakat cenderung meninggalkan toko tradisional.
2. Faktor pendorong atau pendukung pada strategi pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop yaitu: adanya Online shop juga sebenarnya sangat membantu masyarakat dalam berbelanja terlebih khususnya pada masyarakat - masyarakat yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu senggang atau waktu luang untuk bisa berbelanja, adanya online shop ini sangat membantu mereka berbelanja tanpa harus turun tangan langsung ke pasar dan untuk berbelanja di pasar juga bisa menguntungkan, contohnya bisa langsung terjun melihat barang - barang yang ingin kita beli, bisa melakukan atraksi tawar - menawar. Kemudian
3. Faktor penghambat terhadap strategi pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop yaitu: dengan berbelanja online shop juga sebenarnya ada konsekuensinya contoh kadang barang yang kita pesan juga separuh tidak seperti yang kita inginkan atau pesankan. Contoh pakaian yang kita pesan ukurannya S yang datang M begitupun dengan sepatu maupun sandal dan lain sebagainya, dan terkadang kita mendapatkan ongkir yang kadang mahal. Selain itu, untuk berbelanja di pasar juga memiliki konsekuensinya contohnya mendapatkan penjual yang terkadang tidak bisa ditawarkan barang yang ingin kita beli dan juga jalan untuk menuju kesana kadang rusak atau dikatakan

becek, sehingga membuat kita malas bepergian.

4. Analisis SWOT strategi pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop dari matriks SWOT bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang konvensional dan faktor peluang juga lebih besar bila dibandingkan dengan faktor ancaman. Oleh sebab itu dengan kondisi seperti itu pedagang konvensional di tengah perkembangan online shop di Pasar Batu Merah, Kota Ambon, Provinsi Maluku seharusnya sudah cukup mampu untuk bersaing dengan pedagang online shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriana, L., Fitlayeni, R., & Akbar, W. K. (2021). Strategi Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat). *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(3), 543-553.
- Halia, N. (2021). Adaptasi Sosial Pedagang Konvensional Terhadap Perkembangan Online shop (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2001). Manajemen strategis daya saing & globalisasi. In Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Humaidi, M. R. (2019). Online shopping: Reformulasi Khayār Majlis. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nurhayati Lubis. (2019). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online shop (studi kasus pedagang konvensional di pasar petisah kota Medan Sumatera Utara). Universitas Sumatera Utara.
- Qodri, I. F., & Tesniyadi, D. (2022). Analisis Strategi Pedagang Konvensional Dalam Era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang). *Jurnal Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 2(3), 400-409.
- Vitriana, A. N. (2017). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Barter (Studi di Desa Benowo Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo). In *Ekonomi Syari'ah*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.