



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

**PERSAINGAN PEDAGANG KECIL DI PASAR RAYA PADANG  
PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI**

**THESIS**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Mendapat Gelar Magister  
Prodi Ekonomi Syariah*

Oleh :

**HERMANTO**  
**088 15 2306**

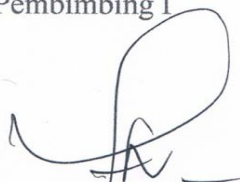
**PRODI EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1439 H / 2018 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal tesis ini berjudul “**Persaingan Pedagang Kecil di Pasar Raya Padang Perspektif Ekonomi Syariah**” oleh **HERMANTO, NIM 088152306**, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*

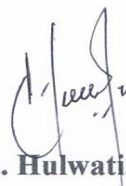
Padang, **15** Februari 2018

Pembimbing I



**Prof. Dr. H. Tamrin Kamal. MS**

Pembimbing II



**Dra. Hulwati, M.Hum., P.hD**

## ABSTRAK

Hermanto, 088152306 **Persaingan Pedagang Kecil di Pasar Raya Padang Perspektif Sosiologi Ekonomi** Tesis: Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, 2018. 128 halaman.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kegiatan ekonomi persaingan yang merupakan suatu konsep yang kerap digunakan untuk mengerti bagaimana pembentukan harga pasar dan keputusan penetapan harga oleh seorang pedagang atau penjual. Pasar merupakan satu kelompok penjual dan pembeli yang mempertukarkan barang yang dapat disubstitusikan. Hal ini menimbulkan pola dinamika sosial yang juga mempengaruhi persaingan yang terjadi. Di mana pedagang ini melakukan pembelian dalam skala kecil. Para pedagang kecil memiliki cara untuk menghadapi persaingan antar pedagang dengan perspektif sosiologi ekonomi.

Jenis penelitian dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Raya Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persaingan Pedagang Kecil di Pasar Raya Padang Perspektif Sosiologi Ekonomi dapat dilihat dari; (1). Persaingan harga yakni; Pedagang yang mematok harga lebih ringan maka akan banyak pembeli yang mampir kepadanya, dan begitu pula sebaliknya, pedagang yang mematok harga tinggi, yaitu para pedagang yang menjual barang dagangannya di atas harga para pedagang lainnya, maka pembeli akan sepi; (2). Persaingan barang dagangan (produk); Pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang di cari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli, (3). Kualitas barang yaitu Masalah kualitas produk/ barang tidak lepas dari harga jual produk itu sendiri. Jika kualitas suatu produk/ barang baik maka akan menghasilkan harga jual yang tinggi, demikian sebaliknya, jika kualitas produk/ barang tersebut buruk maka itu juga akan mempengaruhi harga jualnya. Karena kualitas suatu barang/ produk juga menjadi daya tarik konsumen/ pembeli; dan (4). Persaingan layanan (*customer satisfaction*); Pedagang yang memberikan pelayanan terbaiknya, biasanya banyak pembeli, karena jika ada pembeli dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Dan sebaliknya jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misal bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi ke pedagang yang melayani dengan tidak baik.

Kata Kunci : Persaingan, Pedagang Kecil, Sosiologi Ekonomi.

## **ABSTRACT**

Hermanto, 088152306 Competition of Small Traders in Pasar Raya Padang Sociology Perspective Economics of Thesis: Post-Graduate Program of Islamic Economics UIN Imam Bonjol Padang, 2018. 128 pages

This research is motivated by economic activity of competition which is a concept which often used to understand how the formation of market prices and pricing decisions by a merchant or seller. The market is a group of sellers and buyers exchange items that can be substituted. This gives rise to a pattern of social dynamics also affect the competition that occurred. Where these merchants make purchases on a scale small. Small traders have a way to deal with competition among traders with perspective of economic sociology.

Type of research in the writing of this research is research field (field research), ie a study conducted at the location of research with make observations about a phenomenon in a state of nature While in the data collection in this study, researchers used data collection techniques with observation, interview and documentation This research uses descriptive analysis method through qualitative approach. The research location was conducted at Pasar Raya Padang. The results of this study shows that Small Trader's Fair in Pasar Raya Padang Perspective of Sociology of Economy can be seen from; (1). Price competition that is Trader who fix the price is lighter then will many buyers stop by him, and vice versa, a trader who fixes prices high, that is, traders who sell their goods above the price of other traders, then buyers will be quiet, (2). Competition of merchandise (product); Merchants who have goods complete merchandise, buyers, and vice versa. This is normal, where the traders vying to provide the goods in search But sometimes there are traders who feel jealous with other merchants whose goods are equally complete and invaded by the buyer, (3). Quality of goods ie The problem of product quality can not be separated from the selling price of the product itself the quality of a good one will result in a high selling price, so it's a shame, if the quality of the product is bad then it will also affect the selling price. Because the quality of a good / product is also the appeal of consumer buyers and (4). Competition service Customer Merchants who provide the services of many buyers, if the buyer is well served and sincere then the buyer will be satisfied. And vice versa if there are sellers who serve the buyers with not good, for example poker said will to transact to merchant who serve with no good.

Keyword: Competition, Small Traders, Economic Sociology