ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.11, Oktober 2026

Strategi Bertahan Pedagang Pakaian Bekas Konvensional Pada Era *Online Shop* di Pasar Mandau Raya Duri

Tiarani Awida[1], Resdati[2]
[1]Universitas Riau, Indonesia
[2]Universitas Riau, Indonesia
E-mail: tiarani.awida6455@student.unri.ac.id[1], resdati@lecturer.unri.ac.id[2]

Article History:
Received: 18 Juli 2026
Revised: 20 September 2026
Accepted: 08 Oktober 2026

Keywords: *Strategi Bertahan, Kendala, Pedagang Pakaian Bekas.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi pedagang pakaian bekas konvensional serta menganalisis strategi yang mereka lakukan untuk mempertahankan usahanya. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling dalam menentukan informan sesuai kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori moral ekonomi James C. Scott. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang menghadapi kendala internal berupa keterbatasan modal dan risiko memperoleh barang zonk (cacat), serta kendala eksternal berupa kebijakan pemerintah terkait larangan impor pakaian bekas dan meningkatnya persaingan dengan toko daring (online shop). Untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, pedagang menerapkan berbagai strategi, antara lain mengurangi pembelian bal baru guna menekan risiko kerugian, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, memberikan potongan harga, mengikuti sistem jula-jula antar pedagang sebagai bentuk dukungan finansial, serta memperkuat jaringan sosial antarpedagang. Strategi tersebut mencerminkan adanya upaya adaptasi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memanfaatkan solidaritas sosial sebagai modal dalam menghadapi tekanan ekonomi dan perubahan kebijakan.*

PENDAHULUAN

Manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidup dan mencapai kesejahteraan hidup, perlu memenuhi kebutuhan dasar mereka. Kebutuhan manusia dibagi menjadi tiga kategori dalam ilmu ekonomi yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer, yang juga disebut sebagai kebutuhan pokok atau kebutuhan utama, memiliki intensitas paling tinggi karena dibutuhkan untuk bertahan hidup. Kebutuhan primer terdiri dari sandang (pakaian), makanan (makanan dan minuman), dan papan (rumah). Akibatnya, kebutuhan sandang, pangan, dan papan bukan hanya kebutuhan pokok yang berfungsi untuk pertahanan diri dalam kehidupan, tetapi juga memiliki tujuan tambahan untuk bertahan hidup dalam lingkungan sosial, ekonomi, dan politik.

Salah satunya kebutuhan sandang yaitu pakaian, pakaian tidak hanya menutupi aurat kita, tetapi juga berguna untuk melindungi kita dari angin, kotoran, dan hal-hal lain yang dapat membuat kita tidak percaya diri (Fatah et al. 2023). Karena pakaian selalu ada dalam kehidupan sehari-hari manusia, baik di rumah maupun di luar rumah. Pakaian pun menjadi kebutuhan utama yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Seiring tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pakaian, muncul berbagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan sandang tersebut, salah satunya pakaian bekas. Istilah "barang bekas" dan "membeli barang bekas" secara sederhana mengisyaratkan sikap hemat dalam pengeluaran. Praktik berhemat dalam pengeluaran, yaitu membeli barang-barang bekas yang dianggap lebih murah namun memiliki kualitas yang cukup baik, sehingga menjadikannya pilihan yang lebih hemat biaya (Simarmata dan Widodo 2024). Praktik jual beli pakaian bekas telah bertahan cukup lama, seperti yang dilihat dari banyaknya pedagang yang masih menjualnya. Mayoritas pakaian bekas ini diperoleh secara tidak resmi atau ilegal yang dibawa dan dibeli di Indonesia. Pakaian bekas ini bisa didapatkan melalui toko seken, pasar tradisional dan pasar-pasar yang khusus menjual pakaian bekas (Nisa dan Indrawati 2023). Selain karena harganya yang lebih terjangkau, pakaian bekas juga digemari karena barang yang ditawarkan memiliki keunikan tersendiri dan sulit ditemukan jenis yang serupa di pasaran, sehingga tren mencari pakaian bekas ini masih diminati oleh masyarakat, khususnya pakaian bekas yang dijual dalam kondisi baik dan layak pakai (Agustiana 2024).

Ketersediaan pakaian bekas di Indonesia berkaitan erat dengan meningkatnya minat masyarakat terhadapnya. Meskipun pemerintah telah melarang impor pakaian bekas, barang tersebut tetap tersedia di banyak daerah dan menjadi sumber penghasilan bagi banyak pedagang. Menurut (Putri 2025) berikut data impor pakaian bekas di Indonesia.

Tabel 1. Data Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir

Tahun	Impor Pakaian Bekas (Ton)
2020	65,9 ton
2021	7,9 ton
2022	26,2 ton
2023	12,8 ton
2024	3.865 ton

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Salah satu pasar yang memperjual-belikan pakaian bekas impor konvensional yaitu Pasar Mandau Raya Kota Duri. Berikut jumlah dari total 405 kios yang ada di pasar tersebut, hanya 107 kios yang masih aktif beroperasi, sementara 298 kios lainnya telah tutup. Data jumlah kios yang masih beroperasi maupun yang telah tutup di pasar ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Jumlah Kios di Pasar Mandau Raya Duri

No.	Lokasi		Kios		Jumlah
			Buka	Tutup	
1.	Blok A	Lantai 1	11	63	74
		Lantai 2	10	21	31
2.	Blok B	Lantai 1	34	116	150
		Lantai 2	52	98	150
Total			**107**	**298**	**405**

Sumber: UPT Perlindungan Konsumen dan Pengembangan *IKM, 2025*

Fenomena maraknya perdagangan pakaian bekas impor menimbulkan sejumlah kendala bagi para pedagang pakaian bekas di Pasar Mandau Raya. Kendala pertama, adanya kebijakan pemerintah mengenai pelarangan impor pakaian bekas sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022, menimbulkan tantangan bagi pedagang dalam mempertahankan kelangsungan usahanya serta menimbulkan pertanyaan mengenai sumber pasokan barang yang mereka peroleh di tengah pembatasan impor tersebut (Sutedjo 2023). Karena hal mengakibatkan pedagang menghadapi harga barang atau pakaian bekas tersebut saat ini meningkat tinggi, sehingga modal yang harus dikeluarkan semakin tinggi. Kendala kedua, persaingan usaha semakin meningkat seiring dengan berkembangnya penjualan pakaian bekas melalui platform perdagangan daring seperti *Shopee, TikTok, Facebook, Tokopedia, Lazada*, yang menawarkan kemudahan akses serta sistem pembayaran digital (Mutmainah 2024). Kondisi ini juga dikuatkan oleh hasil observasi awal dan wawancara peneliti dengan salah satu pedagang pada 21 September 2025, diketahui bahwa toko pakaian, sepatu, dan aksesori umumnya ramai dikunjungi pembeli menjelang Hari Raya Idul Fitri, tahun baru, dan libur sekolah. Di luar periode tersebut, masyarakat cenderung berbelanja secara *online* karena dinilai lebih praktis.

Meskipun demikian, pedagang pakaian bekas di Pasar Mandau Raya tetap berupaya untuk bertahan. Mereka mulai melakukan berbagai strategi seperti menjalin hubungan dengan pelanggan tetap, memanfaatkan media sosial secara sederhana untuk promosi, memberikan potongan harga, serta mengandalkan solidaritas antar pedagang untuk saling membantu. Fenomena ini relevan dianalisis menggunakan teori Moral Ekonomi yang dikemukakan oleh E.P. Thompson dan dikembangkan oleh James C. Scott, tindakan ekonomi masyarakat kecil seperti pedagang tradisional tidak semata-mata didorong oleh logika keuntungan, melainkan juga oleh pertimbangan moral, rasa keadilan, dan solidaritas sosial. Dalam mendefinisikan ekonomi moral, menurut Scott, petani akan memerhatikan etika subsistensi dan norma resiprositas yang berlaku dalam masyarakat mereka (Wijaya 2020).

Penelitian mengenai strategi bertahan pedagang pakaian bekas sebelumnya telah dilakukan pada sejumlah lokasi berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh (Nisa dan Indrawati 2023) meneliti strategi bertahan hidup pedagang pakaian bekas di Pasar Uka Garuda Sakti Pekanbaru dan menemukan penerapan strategi aktif, pasif, serta jaringan. Penelitian (Simarmata dan Widodo 2024) menemukan bahwa pedagang di Pasar Kodim Pekanbaru mengandalkan kerja sama antar pedagang serta penyesuaian jam operasional. Sementara itu, (Rifai 2026) menyoroti pedagang di Pasar Kariango Pinrang yang bertahan melalui modal sosial seperti kepercayaan dan norma kerja sama. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum sepenuhnya mengkaji strategi bertahan pedagang pakaian bekas konvensional dengan adanya kebijakan larangan impor sekaligus dalam konteks sosial Pasar Mandau Raya Duri, sehingga terdapat celah yang perlu diisi oleh penelitian ini.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi bertahan pedagang pakaian bekas konvensional pada era *online shop* di pasar Mandau Raya Duri dalam menghadapi kendala-kendala dalam mempertahankan usahanya.

LANDASAN TEORI

Strategi Bertahan *(Survival Strategy)*

Strategi kebertahanan (*survival* strategy) adalah pola berbagai upaya yang direncanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi kondisi yang diperlukan dan mengatasi masalah yang akan

dihadapi. Pola-pola yang dimaksud adalah pola perilaku atau tindakan (Sulfinadia et al. 2025). Strategi bertahan merupakan berbagai upaya yang dilakukan individu atau kelompok untuk mempertahankan keberlangsungan hidup maupun usahanya ketika menghadapi tekanan ekonomi, perubahan lingkungan, atau persaingan pasar. Menurut (Sarastika et al. 2024) strategi bertahan hidup merupakan kemampuan rumah tangga atau pelaku usaha dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki agar kebutuhan hidup tetap terpenuhi. Strategi tersebut dapat berupa strategi aktif, yaitu meningkatkan pendapatan melalui berbagai usaha; strategi pasif, yaitu menekan atau mengurangi pengeluaran; serta strategi jaringan, yaitu memanfaatkan hubungan sosial dan kerja sama dengan keluarga, kerabat, maupun komunitas. Dalam konteks pedagang pakaian bekas, strategi bertahan terlihat dari berbagai bentuk penyesuaian, seperti mengurangi pembelian stok, meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan potongan harga, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan dan sesama pedagang. Strategi tersebut dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan kondisi pasar dan meningkatnya persaingan dengan perdagangan daring.

Pedagang Pakaian Bekas Konvensional

Pedagang pakaian bekas konvensional adalah pelaku usaha yang menjual pakaian bekas secara langsung melalui kios atau lapak di pasar tradisional tanpa menjadikan platform digital sebagai saluran utama penjualan. Keberadaan pedagang pakaian bekas berkembang karena tingginya permintaan masyarakat terhadap pakaian yang memiliki harga lebih terjangkau namun masih layak digunakan. Selain faktor harga, pakaian bekas juga memiliki nilai keunikan karena banyak produk bermerek atau model tertentu yang sulit ditemukan pada toko pakaian baru. Meskipun demikian, pedagang pakaian bekas konvensional menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan modal, ketidakpastian kualitas barang, perubahan kebijakan pemerintah mengenai larangan impor pakaian bekas, serta meningkatnya persaingan dengan penjual berbasis digital. Kondisi tersebut menuntut pedagang untuk terus beradaptasi agar usahanya tetap bertahan (Safitri, Salim, dan Nopriansyah 2026). Pedagang konvensional dalam penelitian ini merupakan pedagang yang penjualnya menggunakan sistem tradisional dengan menjaga barang dagangannya dan menawarkan langsung kepada pembeli atau pengunjung yang sedang lewat. Pedagang dan pembeli melakukan transaksi secara langsung bertatap muka.

Online Shop

Online shop merupakan sistem perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai media transaksi antara penjual dan pembeli. Menurut (Hermawati dan Ma'sum 2025) pemasaran digital memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk, membandingkan harga, serta melakukan pembelian kapan saja tanpa harus datang ke toko fisik. Perkembangan platform seperti Shopee, TikTok Shop, Tokopedia, *Facebook Marketplace,* dan Lazada telah mengubah perilaku konsumen menjadi lebih praktis dan efisien. Bagi pedagang konvensional, perkembangan *online shop* menjadi tantangan karena mampu menjangkau konsumen lebih luas, menawarkan berbagai pilihan produk, serta didukung sistem pembayaran dan pengiriman yang mudah. Akibatnya, sebagian konsumen beralih dari pasar tradisional ke platform digital sehingga jumlah pembeli di pasar mengalami penurunan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang di lakukan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dalam

penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai alat manusia dan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi peserta dan wawancara mendalam. Karena itu, peneliti harus berinteraksi dengan sumber data, sehingga peneliti kualitatif harus mengenal orang yang memberikan data (Sugiyono 2020) Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena peneliti harus menjelaskan suatu objek, fenomena, atau situasi sosial pada tahap ini sebelum memaparkannya dalam teks naratif, penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Artinya, tidak menggunakan angka, melainkan informasi dan data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk kata-kata atau gambar. Kutipan langsung (fakta) yang dikumpulkan di lapangan digunakan dalam laporan penelitian kualitatif untuk memperkuat kesimpulannya (Moleong dan Surjaman 2018). Dengan menggunakan pendekatan ini, penulis dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai kendala yang dihadapi para pedagang pakaian bekas konvensional serta strategi bertahan yang mereka terapkan.

Penelitian ini berlokasi di pasar tradisional yang ada di Kota Duri yaitu Pasar Mandau Raya yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis. Lokasi ini penulis pilih menjadi lokasi penelitian dikarenakan pedagang pakaian bekas yang masih banyak terdapat pedagang pakaian bekas di pasar Mandau Raya ini yang masih bertahan. Pasar Mandau Raya ini merupakan salah satu pasar terbesar di Kota Duri yang di mana buka setiap hari. Subjek dari penelitian ini adalah pedagang pakaian bekas di Pasar Mandau Kota Duri.

Metode yang digunakan dalam menentukan subjek penelitian penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini merupakan teknik dengan menggunakan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penulis untuk penelitian yang dilakukan. Informan adalah para pedagang konvensional yang memiliki kriteria yaitu: (1) Pedagang pakaian bekas yang menjalankan aktivitas jual beli di Pasar Mandau Raya tersebut, (2) Pedagang yang sudah berjualan minimal 5 tahun, (3) Menjual pakaian impor bukan lokal, (4) Menjual pakaian bekas ini sebagai mata pencaharian dan, (5) Bersedia untuk diwawancarai serta memberikan informasi secara mendalam.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengambilan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan bersumber dari data primer yang didapatkan dari wawancara dengan subjek, dan foto informan yang didapat secara langsung dan sumber data sekunder yang diperoleh misalnya jurnal, buku, internat, berita *online* dan lainnya. Peneliti melakukan interaksi langsung melalui wawancara dengan informan dan informasi dapat dicatat dan direkam oleh peneliti. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan dan Latar Belakang Menjadi Pedagang Pakaian Bekas

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti, bahwa keenam informan dalam penelitian ini adalah pedagang yang telah menjalankan usahanya di Pasar Mandau Raya pada blok B di lantai 2, dan sudah berjalan dalam rentang waktu 10 hingga 26 tahun lamanya. Latar belakang keenam informan memilih menjadi pedagang pakaian bekas cukup beragam, namun memiliki tujuan yang sama. Berikut pernyataan informan Eng sebelumnya telah ada permintaan yang signifikan dari masyarakat terhadap pakaian bekas, dan modal awal yang dibutuhkan relatif lebih murah jika dibandingkan dengan usaha pakaian baru. Menurut informan Eng bahwa peminat pakaian bekas cukup banyak, namun modal yang dibutuhkan tidak setinggi perusahaan pakaian baru, yang biayanya bisa mencapai ratusan juta rupiah. Selanjutnya informan May menjadi

pedagang pakaian bekas setelah suaminya meninggal dunia dan usaha ini yang menjadi satu-satunya sumber penghasilan keluarganya. Informan Doras Siregar berhenti dari pekerjaannya sebagai guru honorer yang bergaji sekitar Rp500.000 per bulan, karena gaji tersebut tidak cukup untuk membiayai pendidikan anak-anaknya. Sebagai gantinya, ia terjun ke usaha pakaian bekas yang sangat diminati. Sementara itu, informan Gultom memulai usaha ini setelah gagal diterima bekerja di berbagai perusahaan, dengan modal pengetahuan usaha yang diperoleh dari mertuanya di Pematang Siantar.

Kondisi Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Mandau

Seiring dengan perkembangan *online shop,* pasar pedagang pakaian bekas mengalami perubahan yang cukup signifikan. Harga tidak lagi menjadi satu-satunya faktor dalam persaingan, ada faktor-faktor lain seperti keragaman produk, kemudahan akses, dan cara penjualan yang lebih modern. Selain adanya pemberian promo, pengiriman gratis, dan pilihan barang yang lebih beragam, *online shop* memberikan kemudahan bagi pembeli untuk berbelanja tanpa harus datang langsung ke pasar. Karena alasan-alasan tersebut, sebagian konsumen mulai beralih ke *online shop* karena dianggap lebih mudah dan praktis. Kondisi ini dirasakan langsung oleh para informan. Informan Eng menyatakan penjualannya menurun drastis semenjak munculnya *online shop*, bahkan pernah tidak melakukan transaksi sama sekali selama satu minggu penuh.

"Menurun semenjak online, berkurang orang belanja. Pernah tidak pecah telor seminggu belakangan ini, alasannya selain online juga seperti barang kosong, sering razia, dan naiknya harga barang." **(Wawancara dengan Informan Eng, 1 Januari 2026).**

Informan May menambahkan bahwa penurunan penjualan yang dialaminya dalam tiga tahun terakhir tidak hanya disebabkan oleh *online shop*, tetapi juga oleh kondisi ekonomi masyarakat Duri yang sebagian besar bekerja dengan sistem kontrak, sehingga masyarakat cenderung memprioritaskan kebutuhan makan dibandingkan pakaian. Informan Efrizal juga menyebut penurunan penjualannya sangat drastis akibat pandemi covid-19 yang kemudian diperparah oleh persaingan *online shop* serta kenaikan harga bal pakaian bekas.



Gambar 1. Kondisi kios di Pasar Mandau Raya

Kendala yang Dihadapi Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Mandau Raya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kendala tersebut tidak hanya bersumber dari dalam diri pedagang itu sendiri, tetapi juga berasal dari faktor luar yang berada di luar kendali mereka. terdapat kendala internal dan kendala eksternal yang menjadi kajian penelitian yang akan dijelaskan untuk menemukan kendala-kendala pedagang pakaian bekas. Adapun kendala yang terdapat dalam berjualan pakaian bekas tersebut, yaitu:

1. Kendala Internal

Kendala internal pertama adalah keterbatasan modal, sebagian besar pedagang bergantung pada modal pribadi bahkan meminjam ke bank untuk melanjutkan usahanya, sehingga mereka tidak dapat menambah stok, membeli bal-bal pakaian yang lebih baik, atau memperluas kios mereka ditambah lagi di mana harga barang atau bal melonjak tinggi sehingga menyebabkan perputaran modal pedagang menjadi lambat. Serupa dengan yang dikatakan oleh informan May.

"Ngeri modal sekarang, karena ibaratnya kita bongkar ya bongkar gak sesuai dengan pendapatan otomatis satu hari misalnya dapat Rp100.000 tentu untuk dimakan. Kendalanya nanti mau beli lagi kesulitan gitu lo gak ada modal lagi. Karena kita lambat penjualan kita, kalau dia ramai tentu cepat penjualan kita bisa menyimpan uangkan" **(Wawancara dengan Informan May, pada tanggal 2 Januari 2026).**

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan ibu May bahwa keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam menjalankan usahanya di mana pendapatan harian terkadang hanya berjumlah Rp100.000 tentu dengan jumlah itu lebih baik digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, hal itu membuat ibu May kesulitan memutar modal untuk membeli barang atau bal baru. Lambatnya proses penjualan dan kondisi pasar yang saat ini sepi, sehingga belum menerima transaksi sejak pagi atau biasa disebut belum "pecah telor" semakin mempersulit keadaan. Informan berikutnya juga merasakan dampaknya terbatasnya modal akibat naiknya harga bal.

Kendala internal kedua yang dihadapi pedagang di pasar Mandau raya yaitu terhadap risiko barang atau bal yang tidak sesuai dengan harapan bahkan rusak yang sering juga disebut sebagai barang yang "zonk". Hal ini dapat terjadi karena pedagang biasanya membeli pakaian bekas dalam bentuk bal di dalam karung dan tidak mengetahui secara jelas isi dan kualitas barang di dalamnya. Kondisi ketika bal pakaian bekas yang dibeli ternyata berisi barang yang cacat, robek, luntur, atau tidak layak jual dengan harga normal. Risiko ini menyebabkan berkurangnya keuntungan, menurunnya kemampuan pedagang mengembalikan modal, serta meningkatnya ketidakpastian pendapatan, sebab pedagang harus menjual barang zonk tersebut dengan harga yang jauh lebih rendah dari nilai belinya.

"Kadang-kadang kan kami ini beli bal ini kayak kucing dalam karung, dapat bagus ya bagus, dapat jelek ya jelek jadi seandainya bagus bisalah kami pulangin modal, kalau dapat jelek ya gitulah sebaliknya. Yang zonk tu terjual ya terjual juga cuman harganya kita turunkan gak sesuai dengan harga yang kita beli lagi, tetap terjual tapi ya gimana kita kejar satu-satu ndak akan habis kita jual boronganlah lagi, kalau nama sistem borongan tu udah murah itu yang beli itu orang-orang yang jualan ke pekan-pekan, jual ke kampung-kampung, ke kebun-kebun." **(Wawancara dengan Informan Efrizal, pada tanggal 5 Januari 2026).**

Keterangan informan Efrizal pada saat membeli bal pakaian bekas ini menghadapi risiko yang disebabkan oleh ketidaktahuan kualitas barang yang ada di dalamnya. Apabila bal yang didapatkan kualitasnya baik maka informan mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, apabila bal yang didapatkan kualitasnya kurang baik atau yang disebut "zonk" barang tersebut tetap dijual dengan catatan harga yang lebih murah bahkan dijual secara borongan ke pedagang lain seperti ke kampung-kampung dan orang yang bekerja di kebun agar tetap terjual walaupun mendapatkan keuntungan yang lebih kecil.

2. Kendala Eksternal

Regulasi dan perizinan merupakan hambatan eksternal pertama. Sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022, kebijakan yang melarang impor pakaian bekas tidak menghentikan aktivitas jual beli di pasar, namun hal itu mengakibatkan

kenaikan harga bal, risiko dalam proses distribusi, serta kemungkinan barang disita oleh petugas bea cukai seperti yang dialami oleh informan Gultom saat mengangkut barang dari Batam.

"Dari dulu memang sudah tahu, berpengaruh enggak, cuma ya itu dilarang-dilarang. Kalau razia pernah aku kena sekali pulang dari Batam tertangkaplah di Dumai bea cukai. Jadi di ambillah barang itu, bal itu, lari kami kalau tidak ditangkap kita habis uang. Tapi itu sudah lama sekali, sekarang melalui agen saja, tinggal diantar tidak perlu kita jemput." **(Wawancara dengan Informan Gultom, pada 5 Januari 2026).**

Berdasarkan keterangan informan Gultom bahwa beliau pernah mengalami razia dan barangnya di sita oleh bea cukai saat membawa barang tersebut dari Batam sehingga mengalami kerugian. Oleh kejadian itu, bapak Gultom mengantisipasi menggunakan agen pengiriman sehingga tidak perlu lagi membeli secara langsung. Hingga saat ini bapak Gultom tetap menjalankan usahanya karena sudah biasa dan peraturan itu memang sudah ada sejak dulu dan sudah menjadi risiko. Tetapi dengan peraturan itu saat ini berdampak pada sulinya barang dan kenaikan harga bal, kalau dulu untuk bal pakaian anak-anak satu bal Rp1.200.000 kalau sekarang Rp7.000.000 per bal.

Kendala eksternal kedua adalah persaingan *online shop.* Jumlah orang yang mulai menggunakan sistem jual beli *online* terus meningkat. Hal ini disebabkan oleh berbagai keuntungan yang ditawarkannya, termasuk pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, kemudahan mendapatkan produk dari berbagai lokasi, biaya yang umumnya lebih murah, serta penghematan waktu dan tenaga. Hal ini dirasakan oleh pedagang pakaian bekas konvensional di pasar Mandau Raya dengan menurunnya jumlah pedagang dan pembeli.

"Ya merasa, sangat merasa pun semenjak online ini menurun jumlah pembeli, karena online ini ongkirnya gratis dan harganya lebih murah. Jadi kendalanya yaitu ga tersaingi kita sama online Januari, kita Januari harga bal naik, jadi naik juga harga jual kami, kalau ga mana cocok ya kan modal sama penjualan nanti." **(Wawancara dengan informan Doras Siregar, pada tanggal 12 Januari 2026).**

Informan May merasakan keberadaan *online shop* menyebabkan penurunan jumlah pembeli di pasar. Hal ini dikarenakan harga jual di *online* cenderung lebih murah hingga disertai fasilitas seperti gratis ongkir (ongkos kirim). Sementara itu, pedagang di pasar harus menaikkan harga jual karena harga bal yang semakin naik, sehingga sulit bersaing dengan penjualan *online.* Hal ini juga dirasakan oleh informan Eng bahkan mengaitkan persoalan ini dengan nilai keabsahan transaksi, karena menurutnya jual beli tatap muka dianggap lebih sah dibandingkan transaksi secara *online* yang hanya mengandalkan gambar.

Strategi Bertahan Pedagang Pakaian Bekas Konvensional di Pasar Mandau Raya Duri

Pedagang sendiri adalah individu yang melakukan kegiatan jual beli barang kepada konsumen. Dalam proses tersebut, konsumen memperoleh kebutuhan mereka, sedangkan pedagang mendapatkan keuntungan dari hasil transaksi (Singgano, Lumintang, dan Lisbeth 2021). Pedagang konvensional menjalankan usaha di tempat fisik sehingga penjual dan pembeli dapat berinteraksi langsung dalam proses transaksi. Sistem ini telah berlangsung sejak lama dengan kelebihan dan kekurangannya, biasanya melalui toko milik sendiri atau sewaan yang memungkinkan pembeli melihat dan membeli barang maupun jasa secara langsung (Febriani, Harahap, dan Sinabutar 2023).

Munculnya sistem perdagangan baru telah memaksa para pedagang konvensional untuk merancang strategi baru demi bertahan hidup. Teknologi inovatif ini memungkinkan pembelian dan penjualan secara online melalui aplikasi di *handphone*. Tentu saja, keadaan baru ini berdampak

pada pedagang di pasar tradisional. Mereka kini berada dalam situasi yang sama sekali berbeda dibandingkan masa lalu, ketika pasar dipenuhi pelanggan. Untuk keluar dari situasi yang dapat menyebabkan usaha mereka bangkrut, para pedagang perlu merancang rencana untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Strategi berasal dari bahasa Yunani "Stategus" yang berarti seni kepemimpinan militer. Dalam masa perdamaian, strategi didefinisikan lebih luas sebagai seni dan ilmu distribusi dan penggunaan sarana untuk mencapai tujuan tertentu. Di sisi lain sebagai ilmu, strategi adalah sesuatu yang terus berkembang untuk menemukan cara-cara baru (inovasi), terutama dalam hal perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Suryono 2020). Strategi bertahan dapat diartikan sebagai metode yang diterapkan oleh individu atau kelompok untuk menjaga keberadaan diri yang dianggap penting, baik dalam bentuk materi maupun non-materi. Dari sudut pandang sosiologi, strategi bertahan biasanya dipilih sebagai upaya menghadapi berbagai ancaman yang sewaktu-waktu bisa merusak nilai-nilai kearifan yang dimiliki oleh sebuah komunitas (Sulaiman 2014).

Untuk menghadapi kendala internal dan eksternal tersebut, pedagang pakaian bekas konvensional di Pasar Mandau Raya menerapkan sejumlah strategi bertahan menggunakan teori moral ekonomi yang dikemukakan oleh James C. Scott. Menurut Scott, ekonomi moral adalah pemahaman tentang keadilan ekonomi serta cara-cara di mana orang memanfaatkan pengetahuan mereka mengenai hasil produksi yang dapat mereka peroleh dan yang tidak dapat mereka peroleh. Menurut Scott, hal ini akan memperkuat norma-norma timbal balik (norma resiprositas) dan etika subsistensi yang berlaku di masyarakat saat mendefinisikan ekonomi moral.

Etika subsistensi secara umum dapat diartikan sebagai strategi bertahan hidup dalam kondisi yang minimal (Andriyanti, Yusuf, dan Resdati 2024). Para petani menganut prinsip “keselamatan diutamakan” dalam kondisi pertanian subsisten ini, yang pada dasarnya berarti mereka lebih memilih untuk mengurangi risiko terjadinya bencana daripada meningkatkan pendapatan rata-rata mereka. Pendekatan ini mengesampingkan pilihan-pilihan yang, meskipun berpotensi menghasilkan keuntungan bersih rata-rata yang lebih tinggi, melibatkan risiko kerugian yang besar dan dapat mengancam kelangsungan usaha mereka.

Norma resiprositas merupakan prinsip moral yang menjadi dasar dalam kehidupan petani maupun kehidupan sosial secara umum. Prinsip ini berlandaskan pada keyakinan bahwa seseorang berkewajiban membantu pihak yang pernah memberikan bantuan kepadanya, atau setidaknya tidak merugikan pihak tersebut. Selain itu, setiap bantuan atau jasa yang diterima menimbulkan kewajiban moral bagi penerima untuk memberikan balasan berupa bantuan atau jasa lain yang nilainya setara pada waktu yang akan datang (Scott 2019).

1. Mengurangi Pembelian Bal Baru

Akibat dari adanya larangan terkait jual beli impor pakaian bekas membuat para pedagang pakaian bekas konvensional menjadi berdampak pada terbatasnya pasokan barang serta meningkatnya harga bal di pasaran. Selain itu, kondisi tersebut semakin diperberat dengan adanya persaingan dari penjualan *online* yang menawarkan harga lebih murah sehingga penjualan di pasar menjadi menurun. Akibat dari kondisi tersebut, pedagang menjadi lebih berhati-hati dalam mengelola modal dengan cara mengurangi pembelian stok baru agar tidak mengalami kerugian. Jika pembelian tetap dilakukan dalam jumlah besar sementara permintaan rendah, maka barang berisiko menumpuk dan modal tidak dapat berputar dengan baik. Wawancara dengan informan Eng.

“Iya, dulu dalam sebulan beli barang 4 bal, sekarang sudah 4 bulan tidak ada beli bal. Alasannya ya pertama karena online ini, kedua sekarang bal itu mahal harganya sedangkan jualan

sudah sepi, mana modal kita mau beli bal baru lagi, sedangkan stok lama masih banyak. Jadi ya kita kurangilah beli bal untuk saat ini." **(Wawancara dengan Informan Eng, 1 Januari 2026).**

Berdasarkan ungkapan di atas, dulu Bapak Eng bisa membeli bal sebanyak 4 bal dalam waktu sebulan, namun saat ini sudah 4 bulan tidak ada membeli bal. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti, persaingan dengan *online shop* harga bal yang semakin mahal, dan kondisi pasar yang sepi saat ini menyebabkan terbatasnya modal. Stok barang lama masih banyak.

2. Memberikan Potongan Harga (Diskon)

Persaingan usaha yang semakin tinggi membuat pelaku usaha perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan sekaligus mempertahankan pelanggan. Seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital, penggunaan promosi dan potongan harga atau diskon menjadi salah satu cara paling banyak dilakukan karena dinilai efektif dalam menarik minat konsumen secara cepat serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian (Habiburahman et al. 2026). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pedagang pakaian di Pasar Mandau Raya menerapkan strategi dengan memberikan potongan harga di tengah perkembangan *online shop.* Pada pasar konvensional pembeli dapat melakukan tawar-menawar langsung depan pedagang terkait harga maupun cara pembayaran. Kesepakatan dari proses negosiasi ini memberikan keuntungan bagi pembeli. Hal ini berbeda dengan belanja di *online shop* di mana harga biasanya sudah ditetapkan dan tidak dapat ditawar. Sesuai penuturan salah satu informan yaitu:

"Oiya, kalau beli banyak kita kurangi harganya. Contohnya ini harga Rp40.000 kalau ambil tiga dapat Rp.100.000. Tergantung jenis dan harganya juga kalau bisa kita kurangi, kita kurangi, kalau tidak ya tidak karena nanti kalau di paksakan tidak cocok pula dia sama modal kita kan kecuali dia ambil banyak." **(Wawancara dengan Informan Gultom, 5 Januari 2026).**

Berdasarkan penjelasan Bapak Gultom bahwa beliau menerapkan strategi dengan memberikan potongan harga kepada pembeli atau pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak. Harga dapat dipotong sesuai dengan jumlah pembelian dan jenis pakaian yang di pilih. Namun, pemberian diskon tetap menyesuaikan modal agar bapak Gultom tidak menimbulkan kerugian.

3. Pelayanan yang Optimal

Memberikan pelayanan yang ramah sudah menjadi hal umum dilakukan pedagang di Pasar Mandau Raya sebagai cara menarik minat pembeli. Pedagang biasanya menyapa pengunjung yang lewat dan mengajak mereka untuk melihat barang dagangan. Para pedagang menyadari bahwa rahasia agar pelanggan merasa nyaman adalah dengan bersikap ramah, sopan, dan tidak sombong. Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mutmainah Arham pada tahun 2024, karena pelayanan yang buruk berisiko menyebar melalui mulut ke mulut dan merusak reputasi usaha, informan Efrizal menekankan prinsip bahwa "pelanggan adalah raja" sebagai konsep utama dalam pelayanannya.

"Ya cara pelayanan kita pembeli itu adalah raja, jadi kita harus ramah dan itu pasti Nanti kita kasar-kasar payah pulakan, nanti ada orang itu ngomong sama yang lain "jangan beli disana lagi orangnya gak ramah" iya kadang-kadang dari mulut satu nyebar jadinya. Jadi kita tetap harus ramah, bicaranya yang bagus." **(Wawancara dengan Informan Efrizal, 5 Januari 2026).**

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan May bahwa dalam mempertahankan usaha penjualan beliau perlu meningkatkan pelayanan terhadap pembelinya. Ibu May mengatakan saat melayani pembeli harus dilayani dengan sopan, ramah, jangan kasar-kasar sama pembeli dan jangan sombong. Jadi kalau pedagang memberikan pelayanan seperti itu pembeli kemungkinan

akan kembali lagi berbelanja karena pelayanan yang baik.

4. Membuat Plastik Belanja Custom

Salah satu strategi lain yang dilakukan oleh salah satu pedagang pakaian bekas di Pasar Mandau Raya adalah dengan membuat plastik belanja *custom* atau tempahan sebagai identitas usaha. Di mana biasanya pedagang-pedagang lain hanya menggunakan plastik yang dibeli yang biasanya berwarna hitam, biru, atau merah. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan Efrizal.

"Salah satu strateginya bapak membuat kantong plastik custom yang ada nama tokonya, ditempah dan bagus, itu sudah lama saya buat biar nanti pembeli yang habis belanja dari sini bisa balik lagi karena ada nama toko di plastiknya, dan pembeli senang karena plastiknya bagus." **(Wawancara dengan Informan Efrizal, 5 Januari 2026).**

Berdasarkan yang disampaikan oleh Bapak Efrizal strategi dengan membuat plastik *custom* atau tempahan itu menunjukkan sebuah identitas usaha. Plastik tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk barang-barang, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat promosi sederhana yang dapat membantu lebih banyak orang mengetahui usaha beliau. Dengan adanya identitas pada plastik ini, diharapkan pembeli dapat lebih mudah mengingat dan kembali berbelanja, sehingga strategi ini dapat mendukung keberlangsungan usaha pedagang.

5. Praktik Jula-Jula antar pedagang

Akibat adanya peraturan larangan impor pakaian bekas tersebut menyebabkan bal tersebut sulit didapatkan saat ini hingga menyebabkan melonjaknya harga bal. Karena hal itu pedagang pakaian bekas konvensional di Pasar Mandau Raya saat ini mengalami sepi pembeli, dengan itu agar usaha tetap bertahan pedagang melakukan salah satu strategi yang biasa para pedagang lakukan yaitu praktik *jula-jula.* Istilah "jula-jula" mengacu pada sistem di mana sekelompok orang mengumpulkan barang atau uang. Jangka waktu, jumlah, dan kriteria barang atau uang yang dikumpulkan telah ditetapkan. Salah satu pihak akan menerima seluruh dana pada akhir setiap periode pengumpulan. Karena kedua sistem tersebut memiliki pola yang cukup mirip, *jula-jula* sering disebut sebagai arisan dalam bahasa Indonesia (Azlina dan Asiam 2022).

"Ya cara bertahan salah satunya dengan jula-jula itulah, namanya orang jualan ini kami butuh main jula-jula ini, jula-jula tu ibaratnya untuk mengganti modal, ibaratnya kami mengumpulkan duit sendiri pasti gak akan bisa ha itulah kami jula-julakan duitnya. Kadang-kadang ada jula-jula 50 ribu per hari, per hari tu kan kalau 100 hari kan 5 juta potong 5% jadi Rp4.500.000 lah kami ambil itulah menolong untuk kami mengumpulkan duit. Kita butuh untuk kebutuahn rumah dan anak. Itulah salah satu cara bertahan, ada juga yang gak ikut kalau jula-jula tu siapa mau aja berarti kalau dia gak main jula-jula modalnya banyak." **(Wawancara dengan Informan Efrizal, 5 Januari 2026).**

Sebagaimana yang dikatakan oleh informan Efrizal salah satu strategi bertahan beliau saat ini dengan praktik *jula-jula.* Karena pengeluaran sehari-hari membuat para pedagang sulit menyisihkan uang sendiri, *jula-jula* dimanfaatkan sebagai cara untuk mengumpulkan dan mengamankan modal secara berkelompok. Praktik ini memungkinkan para pedagang mendapatkan sejumlah uang secara bergiliran yang kemudian digunakan untuk menambah modal usaha. Selain itu, *jula-jula* membantu pedagang mempertahankan dana cadangan bahkan saat penjualan tidak menentu, sehingga memastikan usaha dapat terus berjalan.

6. Strategi Jaringan Sosial

Pedagang pakaian bekas konvensional di Pasar Mandau Raya, Kota Duri, menerapkan

strategi jaringan dalam upaya mempertahankan kelangsungan usaha melalui hubungan sosial dengan berbagai pihak. Komunikasi dan kerja sama yang baik dalam mendapatkan pakaian bekas dari berbagai negara membantu membangun jaringan dengan para pemasok, yang memudahkan para pedagang memperoleh barang-barang yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hubungan yang saling menguntungkan, pertukaran informasi, serta transaksi langsung antar pedagang saat barang tertentu dibutuhkan, semuanya berperan dalam memperkuat jaringan dengan pedagang lainnya. Ini salah satu jaringan sesama pedagang.

"Hubungan sesama pedagang bagus, baik. Ada beli sesama pedagang di sini, contohnya saya buka bh (pakaian dalam perempuan) dia tidak punya bh beli sama saya untuk pribadi, untuk yang dijual lagi ada juga." **(Wawancara Informan Doras, 12 Januari 2026).**

Berdasarkan ungkapan informan Doras Siregar, bahwa hubungan yang terjalin baik dan jaringan yang terbentuk melalui antara ibu Doras dengan pedagang lain membeli barang dagangannya satu sama lain, seperti pedagang di sebelah kiosnya membeli dagangan ibu Doras untuk keperluan pribadi bahkan untuk dijual lagi juga ada. Selain itu, jaringan dengan para pelanggan dibangun melalui pemberian layanan yang baik, penawaran diskon, serta pemanfaatan media sosial untuk tetap terhubung dan memperkuat loyalitas pelanggan. Jaringan-jaringan ini memberikan dukungan sosial dan ekonomi kepada para pedagang, yang memungkinkan mereka untuk tetap berkembang meskipun dihadapkan pada keterbatasan modal, peraturan yang melarang impor pakaian bekas, serta persaingan dari *online shop.*

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Bertahan Pedagang Pakaian Bekas Konvensional Pada Era Online Shop di Pasar Mandau Raya Duri dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi oleh pedagang pakaian bekas konvensional di pasar Mandau Raya Kota Duri ada dua, yaitu kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal yaitu modal yang terbatas dan risiko mendapatkan barang zonk. Kedua kendala eksternal yang berasal dari luar usaha yaitu ada peraturan larangan impor di mana barang utama yang menjadi usaha pedagang justru dilarang oleh pemerintah sehingga menyebabkan harga barang tersebut melonjak tinggi., dan persaingan dengan *online shop* menyebabkan beralihnya para konsumen ke *online shop* karena kemudahan dalam mengaksesnya dan harganya jauh lebih murah.

Strategi yang dilakukan para pedagang pakaian di Pasar Mandau Raya tetap dapat bertahan dalam perubahan zaman saat ini di analisis berlandaskan moral ekonomi James C. Scott, di mana nilai-nilai sosial dan moral menjadi landasan bagi kegiatan ekonomi, bukan sekadar perhitungan untung rugi. Praktik etika subsistensi merupakan contoh nyata dari hal ini, karena para pedagang lebih mengutamakan keamanan dan pendapatan yang stabil untuk kebutuhan hidup sehari-hari mereka daripada mengejar keuntungan berisiko tinggi dengan imbal hasil yang besar. Akibatnya, mereka memilih strategi seperti mengurangi pembelian bal baru serta memberikan layanan yang ramah, diskon, dan layanan pendukung seperti kantong plastik merek sendiri untuk memastikan barang mereka tetap laku dan usaha mereka berjalan dengan lancar. Selain itu, penerapan prinsip norma resiprositas atau timbal balik yakni hubungan yang kuat dan saling menguntungkan yang terjalin antara sesama pelaku usaha dan pembeli mereka merupakan kekuatan utama yang mendukung ketahanan usaha mereka. Melalui praktik jula-jula dan penguatan jaringan sosial menciptakan ikatan solidaritas, kepercayaan, dan dukungan yang berfungsi sebagai jaring pengaman sosial di masa-masa sulit.

DAFTAR REFERENSI

Agustiana, Sinta. 2024. "Strategi Bertahan Pedagang Thrifting Kota Metro Menghadapi Persaingan Bisnis Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro* 15(1):37–48.

Andriyanti, Iirna, Yusmar Yusuf, dan Resdati Resdati. 2024. "Strategi Tauke Kelapa Sawit dalam Mempertahankan Klien di Desa Pasir Emas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi." *Etnoreflika: Jurnal Sosial dan Budaya* 13(3):369–80. doi: 10.33772/etnoreflika.v13i3.2618.

Azlina, Nur, dan Siti Asiam. 2022. "Tradisi Jula-Jula Masyarakat Melayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)* 7(2):82.

Fatah, Azizan, Deya Alvina, Puspita Sari, Isnaini Syifa Irwanda, Lauren Ivena Kolen, dan P. Gusti Delima Agnesia. 2023. "Pengaruh Larangan Impor Pakaian Bekas Terhadap Pengusaha Thrift." *Jurnal Economina* 2(1):258–92. doi: https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.288.

Febriani, Dewi, Fitri Ramdhani Harahap, dan Michael Jeffri Sinabutar. 2023. "Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kaus Pedagang Konvensional Di Pasar Belinyu)." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 1(4):50–60. doi: https://doi.org/10.6578/tjis.v1i4.191.

Habiburahman, Farel, Najwa Meidinar Eka Raysha, Tasya Fahmi Maharani, dan Helin Garlinia Yudawisastra. 2026. "Strategi Promosi, Diskon Dalam Peningkatan Penjualan Dengan Google Review." *Indonesia Economic Jurnal* 2(2):3.

Hermawati, Riana, dan Hadiansyah Ma'sum. 2025. "Optimasi Strategi Pemasaran Digital Pada Toko Hesti Grosir dan Eceran." *Journal of Social and Economics Research* 7(1):664–76. https://doi.org/10.54783/jser.v7i1.812.

Moleong, Lexy J., dan Tjun Surjaman. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mutmainah, Irna. 2024. "Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional Toko Pakaian di Pasar Kepuh Kuningan Jawa Barat)." *(Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).*

Nisa, Khairun, dan Indrawati. 2023. "Strategi Bertahan Hidup Pakaian Bekas Di Pasar Uka Garuda Sakti Km 3 Pekanbaru." *Journal of Social Humanities and Education* 2(1):142–52. https://doi.org/10.55606/concept.v2i1.240

Putri, Khaira Ummah Junaedi. 2025. "Tren impor pakaian bekas ke Indonesia naik signifikan sepanjang 2024." *Tech in Asia Indonesia*. Diambil (https://id.techinasia.com/tren-impor-pakaian-bekas-indonesia-naik-2024).

Rifai, Slamet. 2026. "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional dalam Menghadapi Persaingan Dengan E-Commerce (Studi Kasus Pasar Seputih Surabaya Lampung Tengah)."

Safitri, Adelia Anjani, Amir Salim, dan Waldi Nopriansyah. 2026. "Analisis Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Thrifting Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar 16 Ilir Kota Palembang)." *Currency (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)* 5(1):102–13. https://doi.org/10.32806/currency.v5i1.1984

Sarastika, Tiara, Tommy Kurniawan, Yudhistira Saraswati, dan Silvia Tri Rahayuningrum. 2024. "Pilihan Rasional Strategi Bertahan Hidup Pedagang Dini Hari Pasar Bitingan Kabupaten Kudus." *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 11(2):108–19. https://doi.org/10.24036/scs.v11i2.665

Scott, James C. 2019. *Moral Ekonomi Petani Pergolakan dan Subsistensi di Asia Tenggara*. Kedua. Depok: LP3ES.

Simarmata, A. D., dan T. Widodo. 2024. "Strategi Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru." *Jurnal Iso: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora* 4(2).

Singgano, Rein Glen, Juliana Lumintang, dan Lesawengen Lisbeth. 2021. "saha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan." *Jurnal Ilmiah Society* 1(1):1–10.

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulaiman, Aimie. 2014. "Strategi Bertahan (Survival Strategy) : Studi Tentang 'Agama Adat' Orang Lom Di Desa Pejem, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belikung." *Society* 2(1):14. doi: https://doi.org/10.33019/society.v2i1.45.

Sulfinadia, Hamda, Jurna Petri Roszi, Fadli A'zizil, A'inil Fadli, dan Faizah Faisal. 2025. *Kewarisan Matrilineal Pada Harta Pusaka Rendah di Minagkabau*. diedit oleh fathiya N. Az-Zahrah dan M. F. Nursaldi. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Suryono, Agus. 2020. *Teori & Strategi Perubahan Sosial*. 1 ed. diedit oleh B. S. Fatmawati. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.

Sutedjo, Vonnie. 2023. "Impor Pakaian Bekas di Indonesia, Bagaimana Legalitasnya?" *HukumOnline.com.* Diambil (https://www.hukumonline.com/klinik/a/impor-pakaian-bekas-di-indonesia--bagaimana-legalitasnya-lt56a826fd89e27/).

Wijaya, Wibi. 2020. "Relasi Kuasa Dalam Tataniaga Pertanian Komoditas Cabai di Desa Giri Mulyo, Kabupaten Kerinci, Jambi." *Indonesian Journal of Religion and Society* 2(1):23–31.