

**PELUANG USAHA DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA PEDAGANG
WARUNG DI PERUMAHAN KARYAWAN PT. ASTRA AGRO LESTARI
KECAMATAN KOTO GASIB KABUPATEN SIAK**

By : Mey Fitri Situmorang
Fitrimey20@yahoo.com
Advisor : Dra. Indrawati, M.Si

Jurusan Sosiologi – Prodi Sosiologi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293- Telp/Fax.
0761-63277

Abstract

There are some strategies should be considered and done by sellers to maintain a sale business such as customer satisfaction strategy, marketplace strategy, product strategy, price strategy, distribution strategy and marketing strategy in competition world. These strategies are done by sellers to maintain their stall business to increase their income. Yet the arguments have to be proven through a research to get an accurate answer. The questions of the research are 1) what kinds karakteristik by the sellers at the residence of PT Astra Agro Lestari and 2) how is the strategy implemented by the owners of stall around the residence of PT Astra Agro Lestari which is in desa Pangkalan Pisang, kecamatan Koto Gasib kabupaten Siak to keep selling. The population of the research is the sellers who sell at employee residence area of PT Astra Agro Lestari numbered 44 sellers. The technique of sampling used is purposive sampling with the sample is only 25 sellers who have sold for 5 years. The technique of collecting data is questionnaire. The data got of the research was descriptive quantitative. Generally, the result of the research found by the writer is there are some sellers who do not understand about strategies in selling, so it is expected to implement the strategies to maintain the selling business in gaining income and fulfilling family needs.

Keywords : Seller, Strategy, Product

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Ini didasarkan dari asal kata ekonomi yang berasal dari bahasa Yunani yaitu oikos dan nomos. Oikos adalah rumah tangga dan nomos berarti ilmu. Dari gabungan kata tersebut, terbentuklah pengertian ekonomi. Dimana dalam pengertian tersebut, menunjukkan sebuah kondisi yang

merujuk pada pengertian tentang aktivitas manusia. Khususnya pada usaha untuk bisa mengolah sumber daya yang ada di lingkungan sekitarnya, sebagai alat pemenuh kebutuhan hidup. Adapun yang dimaksud dengan ekonomi sebagai pengelolaan rumahtangga adalah suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian sumberdaya rumahtangga yang terbatas di antara berbagai anggotanya, dengan

mempertimbangkan kemampuan, usaha dan keinginan masing-masing. Oleh karena itu, rumahtangga selalu dihadapkan pada banyak keputusan dan pelaksanaannya.

Dalam semua masyarakat ada beberapa jenis pekerjaan yang esensial untuk kelangsungan hidup (survive) masyarakat itu. Namun berbagai masyarakat berbeda-beda caranya mengalokasikan pekerjaan kepada kelompok-kelompok dan kepada orang-orang, dan berbeda dalam nilai dan kepercayaannya yang mereka berikan untuk pekerjaan yang mengesahkan alokasi ini. PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Desa Pangkalan Pisang, Kecamatan Koto Gasib, Kabupaten Siak adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perkebunan dan pengolahan kelapa sawit. Jarak yang ditempuh untuk ke pasar terdekat adalah sekitar 40 KM dan begitu pula dengan jarak ke kantor kecamatan dan kantor desa. Jarak ke kota kabupaten sekitar 80 KM. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh istri karyawan untuk membuka usaha sampingan yaitu berdagang di sekitar perumahan karyawan PT. Astra Agro Lestari.

PT. Astra Agro Lestari mempekerjakan 736 karyawan dengan memberikan fasilitas sebagai sarana dan prasarana untuk menunjang aktivitas kerja karyawan. Setiap kepala keluarga bekerja dan terkadang istri membantu ekonomi keluarga dengan bekerja sebagai BHL (Buruh Harian Lepas). Disamping bekerja sebagai karyawan di perkebunan, ada juga istri karyawan maupun karyawan tersebut yang memanfaatkan waktunya untuk mencari peluang usaha guna menambah pendapatan keluarga dan meningkatkan kesejahteraan hidup keluarganya. Salah satunya adalah membuka usaha warung

di rumah dengan memanfaatkan modal dari sebagian gaji atau tabungan karyawan tersebut. Warung tersebut terletak di samping rumah maupun didalam rumah. Dalam memenuhi kebutuhan hidup, para karyawan atau pedagang warung berbelanja setiap sekali dalam seminggu di pasar yang terletak di Desa Buatan. Pasar yang ada di PT. Astra Agro Lestari biasanya terjadi setiap hari minggu. Akan tetapi, masyarakat juga bisa berbelanja barang harian setiap harinya di toko kecil atau yang disebut warung yang berada di setiap masing-masing afdeling. Pemilik warung juga berprofesi sebagai karyawan, dan warung tersebut biasanya dijalankan oleh istri karyawan tersebut.

Sistem jual beli tersebut juga berbeda, ada yang terjadi dengan pembayaran tunai dan ada juga terjadi secara tidak tunai(hutang). Transaksi yang terjadi secara tidak tunai/hutang tersebut biasanya akan dibayar setelah karyawan-karyawan gajian atau menerima upah setiap bulannya dari perusahaan perkebunan tersebut. Pemilik warung juga memiliki tempat belanja untuk mengisi warungnya yang dinamakan Toko Grosiran. Toko grosiran tersebut terletak di Desa Buatan, barang-barang harian akan diantar ke warung pedagang atau dijemput setiap minggu. Pembayaran yang dilakukan pun terjadi dalam sekali seminggu/sebulan tergantung perjanjian kerjasama antara penjual dan Toko grosiran tersebut. Adapun jenis barang dagangan yang dijual oleh pemilik warung adalah sembako, makanan ringan (snack), minuman botol atau kaleng, obat-obatan, sayur-sayuran, rokok, bensin, bedak & minyak rambut, pulsa,dll.

Hubungan antara pembeli, pedagang, dan toko grosiran terjadi karena adanya kepentingan dalam kegiatan untuk memenuhi kebutuhan individu/kelompok. Modal yang didapat atau dipergunakan oleh si pedagang tersebut berasal dari sebagian gaji bulanan yang dikumpulkan setiap bulannya dan dibukalah usaha kecil-kecilan.

Fenomena yang terjadi di kompleks perumahan karyawan PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Desa Pangkalan Pisang Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak ini yaitu ada sistem jual beli secara utang yang dilakukan pembayarannya sekali sebulan ketika karyawan mendapatkan upah atau gaji. Terkadang utang tersebut dibayarkan separuhnya dan menyisahkan utang lagi. Utang tersebut akan bertambah apabila si konsumen atau si pembeli kembali berbelanja di warung atau toko si pedagang tersebut. Seorang pedagang memulai usahanya

Tingkat kepercayaan yang diberikan kepada pembeli berbeda-beda. Kejujuran sangat diperlukan dalam transaksi jual beli dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya: Jika pembeli A rajin membayar utang dalam tiap bulannya maka pembeli A diberikan kepercayaan untuk membeli barang secara utang dengan jumlah yang besar menurut kebutuhan pembeli A. Jika pembeli B sedikit lambat dalam membayar utangnya atau mencicil dengan jumlah sedikit tiap bulannya maka pedagang pun kurang memberikan kebebasan bagi pembeli B untuk membeli barang/produk yang diinginkannya dan kurang memberikan kepercayaan bagi pembeli B. Warung yang tutup disebabkan oleh berbagai hal, misalnya: banyaknya pembeli yang tidak membayar utangnya sehingga

menyebabkan pedagang warung kehabisan modal dan pedagang warung akan gulung tikar atau tidak dapat berjualan lagi. Pedagang-pedagang yang mampu bertahan dapat menambah pendapatan ekonomi keluarga.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di paparkan di atas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti dan melihat bagaimana “Peluang usaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga Pedagang warung di perumahan Karyawan PT. Astra Agro Lestari Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pedagang warung di sekitar perumahan PT. Astra Agro Lestari?
2. Bagaimana strategi dalam mengembangkan usaha yang dilakukan oleh pedagang warung di sekitar perumahan PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak untuk tetap bertahan dalam berdagang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menjelaskan karakteristik pedagang warung di sekitar perumahan PT. Astra Agro Lestari.
2. Menjelaskan strategi dalam mengembangkan usaha yang dilakukan oleh pedagang warung PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak untuk tetap bertahan dalam berdagang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Program

Studi Sosiologi untuk memberikan referensi atau informasi yang berhubungan dengan Sosiologi dalam hal ini dalam kaitannya dengan modal sosial dalam pasar ruang lingkup: toko/warung.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah bacaan sebagai sumber acuan dalam meningkatkan dan dapat menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan modal sosial dalam pasar/toko kecil.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang modal sosial dalam pasar/toko kecil.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam terjun ke masyarakat dalam penelitian yang dapat dijadikan bekal untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ekonomi Informal

2.1.1 Pengertian dan Defenisi Ekonomi Informal

Menurut Moser (1978), sebagaimana dikutip Chandrakirana dan Sadoko (1994), konsepsi ekonomisektor informal baru muncul tahun 1969, dan terus dikembangkan oleh International Labor Organization (ILO) melalui program *World Employment Programme* (WEP). Program tersebut bertujuan untuk mengembangkan strategi pembangunan ekonomi yang tepat, yang mampu mengatasi berbagai masalah ketenagakerjaan di negara-negara berkembang. Melalui program tersebut, telah dilakukan penelitian ketenagakerjaan di sejumlah negara, seperti Colombia, Srilanka, dan Kenya. Sektor formal merupakan sektor yang

pekerjaan di dalamnya menuntut tingkat keterampilan yang tinggi, yang biasanya hal ini sulit dipenuhi oleh para pendatang dari daerah pedesaan. Oleh karena itu, para migran ini kemudian kebanyakan masuk sektor informal yang tidak mensyaratkan keterampilan khusus. Eksistensi jenis aktivitas ekonomi ini diketahui oleh para peneliti sosial pada akhir abad 19, dan term sektor informal masuk dalam perbendaharaan ilmu sosial pada dekade 1960-an. Terkadang istilah ini dikenal sebagai *black economy*, *shadow economy*, maupun *cash economy*. Aktivitas jenis ekonomi ini pada umumnya berada di luar regulasi hukum, sistem pencatatan perusahaan, perpajakan, dan juga perlindungan tenaga kerja. Aktivitas ekonomi sektor informal meliputi aktivitas yang melibatkan tenaga kerja ilegal. Kekuatan ini bukan merupakan ciri penting karena bentuk-bentuk pertukaran tanpa uang tunai dan kemandirian komunitas juga termasuk di bawah term ini. Istilah ekonomi informal selanjutnya diterapkan pada skala aktivitas yang luas. (Sindung, 2011:230).

Sektor informal dalam UU. Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dimasukkan sebagai usaha kecil. Meskipun demikian, usaha kecil tidak selalu merupakan sektor informal. Dalam UU tersebut, dijelaskan bahwa yang dimaksudkan dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan. Dalam UU. Nomor 9 Tahun 1995 juga ditetapkan beberapa Kriteria Usaha Kecil, antara lain (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha; atau (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1 (satu) miliar rupiah; (3) milik warga negara Indonesia; (4) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar; dan (5) berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

2.2 Konsep Keterlekatan

Konsep keterlekatan merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor. Ini tidak hanya terbatas terhadap tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi, yang semuanya terpendam dalam suatu jaringan hubungan sosial. Adapun yang dimaksud jaringan hubungan sosial ialah sebagai “suatu rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama di antara individu-individu atau kelompok-kelompok” (Damsar, 2002:27).

2.3 Strategi Bertahan Pedagang

Strategi bertahan hidup atau Adaptasi merupakan proses perubahan yang dilakukan pemilik warung dengan situasi lingkungan yang berubah. Adaptasi struktural merupakan perubahan aplikasi tindakan, kebiasaan para Pemilik warung dalam menanggapi perubahan lingkungan untuk mempertahankan hidupnya. Sedangkan strategi adaptasi adalah cara-cara yang dilakukan pemilik warung untuk mempertahankan hidupnya dengan tetap eksis sebagai

pemilik warung atau pedagang rumahan.

Menurut Edi Suhartono sebagai seorang pengamat kemiskinan dari IPB, menyatakan bahwa strategi bertahan hidup adalah kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Dalam strategi bertahan hidup konsep mata pencarian merupakan konsep yang sangat penting. Manfaat strategi bertahan hidup bagi pedagang warung adalah untuk dapat menjaga eksistensi baik diri maupun keluarga. (Suhartono. 2006. [http:// www.policy.hu.diakses](http://www.policy.hu.diakses) tanggal 20 Januari 2014 pukul 19.00 Wib). Edi suhartono menyatakan strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

1. Strategi Aktif
2. Strategi Pasif
3. Strategi Jaringan.

Strategi bertahan pedagang adalah:

1. Strategi Aktif, yaitu strategi pemasaran yang dilakukan pedagang guna mendapatkan pelanggan, misalnya: memberikan pelayanan yang baik/keramahan, menetapkan harga sesuai harga pasar, mempercantik tempat berdagang/penyusunan barang dagang, meningkatkan kualitas barang yang dijual, dan memanfaatkan anggota keluarga menjadi tenaga kerja.
2. Strategi pasif, yakni dengan menambah modal untuk berdagang.
3. Strategi Jaringan, yakni memberikan kredit atau utang

kepada pelanggan guna menjalin kerja sama secara terus menerus.

2.4 Teori Pertukaran Sosial

Teori pertukaran sosial adalah teori dalam ilmu sosial yang menyatakan bahwa dalam hubungan sosial terdapat unsur ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang saling memengaruhi. Teori ini menjelaskan bagaimana manusia memandang tentang hubungan kita dengan orang lain sesuai dengan anggapan diri manusia. Jadi perilaku sosial terdiri atas pertukaran paling sedikit antara dua orang berdasarkan perhitungan untung-rugi. Proses pertukaran sosial ini juga telah diungkapkan oleh para ahli sosial klasik. Seperti yang diungkapkan dalam teori ekonomi klasik abad ke-18 dan 19, para ahli ekonomi seperti Adam Smith sudah menganalisis pasar ekonomi sebagai hasil dari kumpulan yang menyeluruh dari sejumlah transaksi ekonomi individual yang tidak dapat dilihat besarnya. Ia mengasumsikan bahwa transaksi-transaksi pertukaran akan terjadi hanya apabila kedua pihak dapat memperoleh keuntungan dari pertukaran tersebut, dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya dapat dengan baik sekali dijamin apabila individu-individu dibiarkan untuk mengejar kepentingan pribadinya melalui pertukaran-pertukaran yang dinegosiasikan secara pribadi. Dalam pertukaran ini memberikan dampak pada integrasi dan solidaritas kelompok-kelompok yang lebih besar dengan cara yang lebih efektif. Tujuan utama proses pertukaran ini adalah tidak untuk memungkinkan pasangan-pasangan yang terlibat dalam pertukaran itu untuk memenuhi kebutuhan individualistisnya. Akan tetapi untuk mengungkapkan komitmen

moral individu tersebut kepada kelompok.

2.5 Modal Sosial

Istilah “modal” dalam ekonomi berarti sejumlah uang yang terkumpul, yang dapat diinvestasikan dengan harapan mendapat keuntungan di masa mendatang (Field, 2011: 10). Menurut Robert D. Putnam, definisi modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. (dalam Field, 2011: 23). Robert M.Z. Lawang (dalam Damsar, 2011: 210) mendefinisikan kapital sosial sebagai semua kekuatan sosial komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan atau kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital lainnya. Francis Fukuyama mendefinisikan modal sosial secara sederhana sebagai serangkaian nilai-nilai/norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota-anggota suatu kelompok memungkinkan terjalinnya kerja sama di antara mereka. (Fukuyama, 2007: 38).

Modal sosial adalah sumber-sumber daya yang berkembang pada seseorang individu atau sekelompok individu seperti kepercayaan, norma-norma sosial, dan jaringan sosial yang memungkinkan terjalinnya kerja sama di antara mereka. Adapun tiga unsur modal sosial tersebut, yaitu:

a. Kepercayaan

Kemampuan berasosiasi menjadi modal yang sangat penting bagi kehidupan ekonomi dan aspek eksistensi sosial yang lain. Akan tetapi,

kemampuan ini sangat tergantung pada sesuatu kondisi di mana komunitas itu mau saling berbagi untuk mencari titik temu norma-norma dan nilai-nilai bersama. Jika titik temu etis-normatif ini ditemukan, maka pada gilirannya kepentingan-kepentingan individual akan tunduk pada kepentingan-kepentingan komunitas kelompok. Fukuyama (2002: 24) mendefinisikan kepercayaan yaitu norma-norma kooperatif seperti kejujuran dan kesediaan untuk menolong yang bisa dibagi-bagi antara kelompok-kelompok terbatas masyarakat dan bukan dengan yang lainnya dari masyarakat atau dengan lainnya. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggotanya yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai. Fukuyama (2002: 72) mengatakan bahwa kepercayaan adalah efek samping yang sangat penting dari norma-norma sosial yang kooperatif yang memunculkan *social capital*. Menurut Fukuyama (2002: 75) kepercayaan seharusnya diingat dalam dirinya sendiri bukan merupakan kebajikan moral, tetapi lebih merupakan efek samping dari kebajikan. (Field, 2010: 101). Mereka juga perlu saling percaya dan berharap tidak akan dieksploitasi atau ditipu ketika bekerja sama. Menurut Lawang (dalam Damsar, 2011: 186) menyimpulkan inti konsep kepercayaan sebagai berikut: (i) hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah institusi, yang dalam pengertian ini diwakili orang. (ii) harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu, yang kalau direalisasikan tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak. (iii) interaksi yang

memungkinkan hubungan dan harapan itu berwujud.

b. Jaringan Sosial

Salah satu pengertian jaringan dikemukakan oleh Robert M. Z. Lawang, jaringan merupakan terjemahan dari *network* yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. *Net* berarti jaring, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung antara satu sama lain. *Work* berarti kerja. Jadi *network* yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik (Field, 2010: 18).

c. Norma Sosial

Norma merupakan kesepakatan bersama yang berperan untuk mengontrol dan menjaga hubungan antara individu dengan individu lainnya dalam kehidupan bermasyarakat.

2.6 Konsep Operasional/Pengukuran Variabel

Konsep operasional merupakan suatu unsur pokok penelitian. Penentuan dan perincian konsep operasional sangat penting agar tujuan penelitian tidak menjadi kabur dan pengujian empirik terhadap hipotesis penelitian dapat dilakukan dengan baik. Dalam rangka memperjelas maksud pengertian konsep-konsep yang dikaji dalam penelitian ini, maka penulis memberikan batasan-batasan yang jelas tentang konsep tersebut. Agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda terhadap konsep-konsep yang digunakan pada analisis nantinya maka

akan dikemukakan definisi operasional dari berbagai batasan penelitian ini.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Mengacu pada rumusan tujuan penelitian tergambar data informasi yang akan dikumpulkan melalui pembagian questioner yang dijadikan dasar untuk mendeskripsikan variabel dan indikator penelitian. Oleh karena itu, tipe penelitian ini dapat dirumuskan dalam klasifikasi tipe penelitian deskriptif.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lokasi penelitian berada di lokasi pemukiman karyawan PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak. Lokasi ini dipilih karena banyak pedagang warung yang berjualan di perumahan PT. Astra Agro Lestari yang lebih dari 5 tahun dan dijadikan usaha sampingan oleh istri karyawan perkebunan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh pemilik warung yang bermukim di PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Desa Pangkalan pisang, Koto Gasib, Kecamatan Siak, Kabupaten Siak yang berjumlah 44 pedagang.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian ini adalah Pemilik warung yang status kepemilikan warungnya merupakan pemilik pribadi yang berada di PT. Astra Agro Lestari yang terletak di Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak dengan mengambil sebagian sampel dari populasi yang ada. Sampel yang diambil yaitu pedagang warung yang bertahan dan berdagang lebih dari 5 tahun Teknik pengambilan sampel yang

peneliti lakukan adalah *Purposive Sampling*. Jumlah pedagang warung yang dijadikan sampel adalah sebanyak 25 responden.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian lapangan tentang kehidupan sosial ekonomi pemilik warung.

2. Data Sekunder

Data yang peneliti peroleh dari badan instansi-instansi yaitu PT. Astra Agro Lestari dan Kantor Kepala Desa.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa cara pengambilan data yang sering disebut teknik pengumpulan data, diantaranya:

1. Observasi

Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam hal mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik wawancara .

3.6 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan urutan dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif deskriptif yaitu dengan mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menjabarkan hasil penelitian sebagaimana adanya.

IV. KARAKTERISTIK PEDAGANG

4.1 Usia Responden

Untuk menjalankan sebuah usaha harus membutuhkan tenaga yang kuat. Tenaga yang kuat berasal dari

tubuh yang sehat dan biasanya tenaga-tenaga yang kuat ini dimiliki oleh kaum muda. Pedagang warung yang berjualan di perumahan PT. Astra Agro Lestari masuk kedalam kategori tenaga kerja yang produktif, karena diatas 50% pedagang warung yang berusia antara 15-45 tahun. Kelompok usia pedagang warung dikategorikan sebagai kelompok yang menyediakan tenaga kerja secara ekonomis bekerja aktif dan produktif adalah usia antara 15-45 tahun yaitu sekitar 76%. Pedagang warung yang juga sebagai istri karyawan PT. Astra Agro Lestari memiliki usia yang masih produktif saat berdagang dikarenakan mereka adalah sebagai pendatang di daerah tersebut. Adapun pedagang yang usia 46-65 sebanyak 24% yang berdagang yaitu pedagang yang sudah lama berdagang di PT. Astra Agro Lestari dan sudah berpengalaman dalam berdagang.

4.2 Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan pedagang warung akan mempengaruhi terhadap jenis usaha yang mereka lakukan sehari-hari, Pendidikan para responden sebagian besar berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Untuk seluruh responden ternyata yang berpendidikan SMA berjumlah 7 orang dan yang berpendidikan SMP berjumlah 15 orang, serta masih ditemui responden yang berpendidikan Sekolah Dasar (SD). Pendidikan pedagang warung yang melakukan aktivitas jual belinya di kawasan perumahan PT. Astra Agro Lestari memiliki pendidikan mayoritas Sekolah Menengah Pertama atau SMP. Hal ini dikarenakan dunia kerja yang paling mudah di masuki adalah sektor informal. Tamatan SMP yang tidak memiliki keterampilan khusus banyak

yang mencari pekerjaan di sektor informal. Sebanyak 28% responden responden memiliki pendidikan SMA dan lebih baik dalam berdagang.

4.3 Agama

Pedagang warung memiliki agama dan kepercayaannya masing-masing. Karyawan PT. Astra Agro lestari bermayoritaskan agama Islam. Karena lebih dari 50% responden beragama Islam yang membuka usaha warung di perumahan PT. Astra Agro Lestari. Dan di dapat juga pedagang warung yang beragama kristen sebanyak 44% yang beragama Kristen.

4.4 Lamanya bertempat tinggal di PT. Astra Agro Lestari

Lamanya responden bertempat di PT. Astra Agro Lestari sama dengan lama bekerja sebagai karyawan di perusahaan tersebut. Para pedagang warung rata-rata sudah lama tinggal dan bekerja di PT. Astra Agro Lestari. Mereka bekerja sebagai karyawan perkebunan dengan tipe pekerjaan yang berbeda-beda. Sebanyak 72% responden sudah bekerja selama 8-12 tahun, ada juga pedagang atau karyawan yang bekerja kurang dari 8 tahun sebanyak 12% dan membuka usaha warung sebagai tambahan penghasilan keluarga yang biasanya dijalankan oleh istrinya dalam kehidupan sehari-hari. Ada juga sebanyak 16% responden yang sudah bekerja pada perusahaan lebih dari 12 tahun dan membuka usaha warung.

4.5 Daerah asal / Etnis responden

Setiap pedagang warung berasal dari daerah atau etnis yang berbeda-beda. Responden yang berdagang di perumahan PT. Astra Agro Lestari berasal dari tempat-tempat berbeda. Sebanyak 80% pedagang berasal dari Pulau Sumatera yang terdiri dari Sumatera Barat, Sumatera Utara, Riau,

Nias, Sumatera Selatan. Sebanyak 20% pedagang berasal dari luar Pulau Sumatera yang terdiri dari Pulau Jawa dan lainnya. Akan tetapi, mayoritas pedagang warung berasal dari Pulau Sumatera yang berasal dari etnis minang, batak, maupun nias.

4.6 Jumlah jam kerja usaha warung

Jumlah jam kerja usaha warung adalah jumlah jam kerja pedagang warung selama berjualan. Pedagang warung yang berdagang selama kurang dari 8 jam sebanyak 36% dikarenakan adanya kegiatan atau pekerjaan lain yang dilakukan oleh pedagang sehingga pedagang tersebut membuka usaha warungnya kurang dari 8 jam. Sebanyak 20% pedagang yang membuka usaha warungnya selama 8 jam sehari sesuai dengan waktu yang mereka miliki setelah selesai pekerjaan rumah tangga. Dan selebihnya 44% responden atau pedagang warung membuka usaha warungnya lebih dari 8 jam sehari yakni dimulai dari pagi hingga malam hari dan berjualan kebutuhan sehari-hari. Pedagang warung yang dapat bertahan adalah pedagang warung yang memiliki strategi jam kerja atau jam berdagang yang panjang.

4.7 Lamanya

berdagang/pengalaman berdagang

Karyawan atau istri karyawan PT. Astra Agro Lestari yang berdagang memulai usaha dagangannya diawali dengan motivasi yang berbeda-beda. Lebih dari 60% responden atau pedagang warung sudah berjualan lebih dari 8 tahun. Sebanyak 32% persen pedagang yang berjualan sudah mencapai 6-7 tahun. Jumlah pedagang yang berdagang di perumahan PT. Astra Agro Lestari pada tahun 2014 ini terhitung sebanyak 44 pedagang dan yang menjadi responden sebanyak 25

orang yang diambil dari lama usaha berdagangnya lebih dari 6 tahun, maka 19 pedagang yang tidak menjadi responden yaitu lama berdagangnya kurang dari 6 tahun.

4.8 Jumlah modal pedagang

Jumlah modal awal yang dipakai oleh pedagang dalam membuat usaha warung cukup bervariasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa modal yang digunakan pedagang berkisar antara 3-5 juta berkisar 24% yang usaha dagang tersebut biasanya dibuat di dalam rumah dan menjual barang yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Barang-barang yang dijual pun berupa barang yang tahan lama dengan stok yang tidak terlalu banyak. Pedagang yang mengeluarkan modal sebesar 6-9 juta sebanyak 52% yang mana pedagang tersebut membuat usaha dagang dengan tempat yang dibuat berukuran kecil yang didalamnya terdapat barang dagangan yang berisi sembako, jajanan/snack, rokok, sayuran. Pedagang warung memberikan utang kepada pembeli yang sudah dipercayanya dan menjadi langganan. Pendapatan pedagang akan digunakan kembali untuk berbelanja kebutuhan warung yang sudah habis. Pedagang yang bermodalkan lebih dari 10 juta biasanya memiliki etalase guna menyimpan barang dagangan dan memiliki banyak stok barang dagangan yang dipajang untuk dijual diwarung tersebut. Pedagang warung menyimpan stok barang dagangannya di rumah dan ada juga yang menyimpan di warung.

4.9 Omset dan Penghasilan responden

4.9.1 Omset penjualan

Omset Penjualan adalah hasil penjualan yang diterima dan

dikumpulkan oleh pedagang dan belum dikurangi modal dan pengeluaran lainnya yang berhubungan dengan warung. Lebih dari 40% responden memiliki omset penjualan diatas 11 juta bahkan ada yang mencapai 13 juta per bulannya. Namun ada juga 24% pedagang belum mencapai omset yang cukup baik dalam berjualan, dikarenakan barang dagangan yang kurang lengkap dan kurangnya komunikasi atau keramahan dan pelayanan yang diberikan oleh pedagang.

4.9.2 Penghasilan responden

Pendapatan Responden atau pendapatan bersih setelah dikurangi modal setiap harinya, maka diperoleh pendapatan atau penghasilan bersih pedagang. Penghasilan tertinggi ada yang mencapai lebih dari 4 juta setiap bulannya. Pedagang warung tersebut dapat dikatakan berhasil karena lebih dari 50% responden atau pedagang yang berhasil dan bertahan memiliki penghasilan lebih dari 4 juta setiap bulannya. Penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan pemenuhan sandang dan pangan keluarga. Selain itu penghasilan pedagang warung digunakan untuk biaya pendidikan anaknya dan membeli lahan atau rumah guna menambah aset keluarga.

V. STRATEGI BERTAHAN PEDAGANG WARUNG

5.1 Strategi Aktif (Strategi pemasaran)

Dalam meningkatkan ekonomi keluarga, pedagang mencari peluang agar dapat mempertahankan atau meningkatkan hasil penjualan. Adapun hal yang dilakukan dengan cara-cara atau strategi dalam berdagang dan

mencari peluang-peluang untuk dapat menambah jumlah penghasilan serta mempertahankan usaha pedagang warung.

5.1.1 Pelayanan yang baik atau keramahan

Dalam mempertahankan usaha dagang atau warung yang dimiliki pedagang, pelayanan yang baik sangat diperlukan agar pembeli merasa nyaman dalam berbelanja. Pelayanan yang baik dilakukan pedagang yaitu dengan cara melayani pelanggan dengan ramah dan komunikasi dan kesan yang baik. Keramahan sangat menentukan ketertarikan pembeli dalam proses berdagang. Pelayanan jasa atau keramahan yang dilakukan pedagang dapat menjadi daya tarik dalam berdagang, 80% persen pedagang yang berjualan dengan ramah atau melayani pelanggan dengan ramah akan membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja diwarung tersebut. Pembeli tersebut akan datang kembali belanja kebutuhannya dan disebut sebagai pelanggan.

5.1.2 Menetapkan harga sesuai harga pasar

Agar dapat sukses dalam berdagang, setiap pedagang harus menetapkan harganya secara tepat. Pedagang warung di PT. Astra Agro Lestari menjual barang dagangan dengan pola penetapan harga yang hampir sama antara pedagang yang satu dengan yang lainnya. Penetapan harga tersebut dipengaruhi oleh harga sebelumnya yang ditetapkan oleh toko atau harga pasar. Berdasarkan data penelitian dapat disimpulkan bahwa penetapan harga mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Lebih dari 50% responden atau pedagang mengatakan bahwa penetapan harga dapat menentukan tingkat pendapatan

pedagang maupun tingkat kemampuan daya beli konsumen. Pedagang warung yang bertahan adalah pedagang warung yang dapat menyesuaikan harga penjualan produk dengan harga pasar.

5.1.3 Mempercantik tempat berdagang atau penyusunan barang

Strategi mempercantik tempat berdagang juga sangat mempengaruhi ketertarikan pembeli untuk berbelanja. Jika pedagang menyusun barang yang dijualnya dengan rapi dan indah maka pembeli akan dengan mudah mencari barang yang dibutuhkannya. Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% responden menjawab bahwa penyusunan barang atau produk yang baik dan rapi dapat memudahkan pembeli untuk mencari dan membeli barang yang dibutuhkannya. Hal tersebut akan membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja di warung tersebut sehingga akan terjadi proses jual beli secara terus menerus. Namun sebanyak 20% pedagang menjawab tidak terlalu pentingnya mempercantik tempat berdagang maupun penyusunan barang atau produk yang dijual dikarenakan pedagang merasa bahwa warung tersebut tidak menetap. Apabila karyawan atau pedagang tersebut pindah rumah maka warung pun akan pindah sesuai dengan tempat tinggal mereka. Oleh karena itu sebagian pedagang tidak terlalu mempercantik tempat berdagang dan penyusunan barang pun kurang diperhatikan.

5.1.4 Meningkatkan kualitas dan jumlah barang

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen atau pedagang untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh

pembeli atau konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pembeli tersebut. Strategi yang dilakukan pedagang untuk dapat mempertahankan usaha dagang dapat dengan cara memperhatikan kualitas dan jumlah barang atau ketersediaan barang yang dijual atau ditawarkan oleh pedagang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa 76% pedagang menjual barang-barang lengkap kebutuhan rumah tangga seperti sembako, makanan ringan, pecah belah, rokok, sayuran, dan sebagainya yang membuat pembeli dapat memilih barang yang akan dibelinya sesuai dengan keinginan dan harapan. Pedagang tersebut akan mendapatkan banyak pelanggan atau pembeli di warungnya. Sebanyak 24% pedagang juga mengatakan tidak memiliki barang dagangan yang tidak lengkap sehingga pedagang kurang mendapatkan pembeli sehingga keuntungan yang didapatpun tidak terlalu besar. Jadi, strategi dalam menjual barang dagangan sangat diperlukan guna mendapatkan pelanggan atau pembeli sehingga dapat mempertahankan usaha warung tersebut. Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa 84% responden yang adalah pedagang warung mengatakan bahwa kualitas barang yang dijual akan menentukan tingkat kepuasan pembeli atau pelanggan.

5.1.5 Pemanfaatan anggota keluarga sebagai tenaga kerja

Dalam berdagang sangatlah dibutuhkan karyawan untuk menjaga warung pedagang. Strategi pedagang dalam mengurangi pengeluaran yaitu gaji atau upah karyawan yaitu dengan cara memanfaatkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja untuk membantu berjualan di warung. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa

hampir semua pedagang warung memanfaatkan anggota keluarga menjadi tenaga kerja di warung yang berperan membantu berdagang. Anggota keluarga akan saling bekerja sama dalam menjalankan usaha dagang yang dimilikinya.

5.2 Strategi Pasif

Dalam menjalankan usaha warung sangat diperlukan modal. Modal digunakan untuk membangun warung dan mengisi barang-barang yang akan dijual. Modal dapat diperoleh dari berbagai cara, yaitu pinjaman dari bank/koperasi, pinjaman dari keluarga, tabungan yang dikumpulkan selama berkerja, dan lain-lain. Strategi pasif yang dilakukan pedagang warung yaitu dengan menambah modal dalam berdagang. Modal tersebut dipakai untuk menambah jumlah produk atau barang-barang yang akan dijual pedagang. Keuntungan yang didapat akan dijadikan modal untuk melanjutkan usaha pedagang warung. Apabila modal pedagang tersebut tidak mencukupi maka pedagang berusaha mencari modal guna membeli barang dagang untuk dijual kembali agar dapat mempertahankan usaha warung yang dilakukan oleh pedagang. Sehingga warung tersebut tidak mengalami kerugian atau gulung tikar. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan pedagang membutuhkan modal dalam berdagang. Modal tersebut digunakan untuk membeli persediaan barang di warung untuk dijual.

5.3 Strategi Jaringan

Strategi Jaringan yaitu mencari pelanggan baru guna meningkatkan atau mempertahankan usaha dagang. Salah satu cara yang dilakukan yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Strategi pelayanan

yang dilakukan pedagang dalam berdagang bermacam-macam, salah satunya adalah dengan pelayanan pembayaran cicilan kepada pembeli yang dianggap dapat dipercaya. Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran yang dilakukan paling banyak transaksi pembayaran perbulan. Pedagang warung biasanya menerima pembayaran perbulan dari pelanggan atau pembelinya. Lebih dari 70% pelanggan membayar secara cicilan perbulan karena pelanggan bekerja di PT. Astra Agro Lestari dan menerima gaji secara per bulan. Maka terjadilah sistem transaksi yang berkelanjutan antara pedagang dan pembeli setiap bulannya. Ada beberapa pembeli yang melakukan pembayaran secara perminggu sekitar 8% dikarenakan pembeli tersebut tidak ingin utang yang dibayar terlalu banyak dan biasanya barang yang dibeli pun dengan jumlah yang tidak terlalu besar. Dan selebihnya membayar secara tunai. Dalam sistem transaksi pembayaran perbulan sangat diperlukan kepercayaan yang baik kepada pelanggan. Pedagang akan menagih utang pelanggan setiap awal bulan sesuai dengan jadwal penerimaan gaji karyawan.

5.4 Penggunaan atau pemanfaatan penghasilan dari usaha warung

Sebagai pedagang warung yang mendapatkan keuntungan dari penjualan barang dagang maka pedagang mengumpulkan hasil penjualannya perbulan dan menyimpan hasil penjualan tersebut ke Bank atau penyimpanan pribadi. Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap usaha warung maka peneliti mendapatkan informasi bahwa pedagang warung juga menggunakan hasil atau keuntungan dari usaha warung untuk berbagai hal

yakni menambah jumlah modal pedagang, membeli peralatan rumah baru, membeli lahan/tanah untuk dijadikan ladang, menyimpan uang untuk dana pendidikan anak-anak. Sebanyak 24% pedagang menggunakan hasil keuntungan dagangannya untuk membeli peralatan rumah tangga yang baru misalnya: lemari, tempat tidur, televisi, kursi tamu, kulkas, dan peralatan elektronik lainnya. Begitu juga sebesar 32% pedagang warung juga menggunakan hasil dari penjualan untuk menabung di Bank yang hasilnya dapat digunakan untuk keperluan pedagang di masa akan datang atau setelah tidak bekerja lagi di PT. Astra Agro Lestari.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Sistem pembayaran yang dilakukan paling banyak adalah transaksi pembayaran perbulan. Lebih dari 70% pelanggan membayar secara cicilan perbulan karena pelanggan bekerja di PT. Astra Agro Lestari dan menerima gaji secara per bulan. Ada beberapa pembeli yang melakukan pembayaran secara perminggu sekitar 8% dikarenakan pembeli tersebut tidak ingin utang yang dibayar terlalu banyak dan biasanya barang yang dibeli pun dengan jumlah yang tidak terlalu besar.
2. Mengenai kualitas barang atau produk yang dijual menjelaskan bahwa 84% pedagang warung mengatakan bahwa kualitas barang yang dijual akan menentukan tingkat kepuasan pembeli atau pelanggan.
3. Keramahan yang dilakukan pedagang dapat menjadi daya tarik dalam berdagang, lebih dari 50%

persen pedagang yang berjualan dengan ramah atau melayani pelanggan dengan ramah akan membuat pembeli merasa nyaman dalam berbelanja diwarung tersebut.

4. Lebih dari 50% responden atau pedagang mengatakan bahwa penetapan harga dapat menentukan tingkat pendapatan pedagang. Namun ada juga 32% responden mengatakan penetapan harga kurang mempengaruhi dalam berjualan barang dagangan.
5. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa 76% pedagang menjual barang-barang lengkap kebutuhan rumah tangga akan membuat pembeli dapat memilih barang yang akan dibelinya sesuai dengan keinginan dan harapan. Pedagang tersebut akan mendapatkan banyak pelanggan atau pembeli di warungnya.

6.2 Saran

1. Jika pembayaran yang dilakukan oleh pembeli kepada pedagang terjadi sekali dalam sebulan dan dengan cara cicilan, maka pedagang diharapkan teliti dalam memberi utang kepada pembeli supaya usaha dagang tersebut dapat berkembang lebih baik lagi.
2. Kualitas barang sangat menentukan penjualan, jika kualitas barang yang dijual baik maka warung pun semakin ramai pembeli dan keuntungan dapat bertambah. Diharapkan kepada pedagang untuk lebih meningkatkan kualitas barang.
3. Masih adanya pedagang yang kurang ramah kepada pembeli akan menyebabkan pembeli akan berbelanja ke tempat lain. Dalam berdagang keramahan sangatlah

- penting. Dengan sikap pedagang yang ramah maka pembeli pun akan merasa nyaman untuk berbelanja. Dengan begitu maka usaha warung akan tetap bertahan.
4. Dalam menetapkan harga penjual atau pedagang haruslah teliti dengan memperhitungkan modal yang dikeluarkan beserta biaya-biaya lain yang mempengaruhinya.
 5. Distribusi barang sangatlah penting untuk diperhatikan. Sebelum menerima pesanan atau barang yang diantar, pedagang diharapkan lebih teliti lagi dalam memeriksa barang pesanan tersebut, baik dari segi kualitas maupun kuantitas sehingga tidak menimbulkan kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anselm Strauss. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar Offset. Yogyakarta.
- Doyle Paul Johnson. 1980. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Damsar. 2002. *Sosiologi ekonomi (edisi revisi)*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi ekonomi*. PT. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit CV. ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Husein. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Gramedia. Jakarta.
- Idianto Muin. 2006. *Sosiologi Jilid 3*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- John Field. 2010. *Modal Sosial*. Kreasi Wacana. Bantul.
- Kamanto Sunarto. 2000. *Pengantar Sosiologi(edisi kedua)*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Manasse Malo. *Metode Penelitian Masyarakat*. Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia.
- Manning, Chris dan Tadjuddin noer effendi.1991. *Urbanisasi, pengangguran,dan sektor informal dikota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ritzer, Goerge, Goodman Douglas. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Prenada Media. Jakart
- Save M. Dagun. 1992. *Analisis Eksistensi Kapitalisme dan Sosialisme*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sindung Haryanto. 2011. *Sosiologi Ekonomi*. Ar-Ruzz Media. Jogjakarta.
- Soebyanto. 1981. *Tukar Menukar Tradisional dan Pasar Modern*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Subandi. 2005. *Sistem Ekonomi Indonesia*. Alfabeta. Bandung.
- Sulistia,ML. 1991. *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial*. IKIP Semarang Press. Semarang.
- TF Honour & R. M. Mainwaring(alih bahasa:Drs. A. Hasymi Ali). 1982. *Sosiologi dan Bisnis*. PT. Bina Aksara. Jakarta.
- Skripsi Ade Surya Wardhana. 2011. *Studi Sosiologi tentang Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Kota Pekanbaru*.