

SKRIPSI

**BENTUK MODAL SOSIAL PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR BESAR
MALANG**



Disusun Oleh :

Tsabitah Azzahra A.R

202010310311076

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

BENTUK MODAL SOSIAL PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR BESAR MALANG

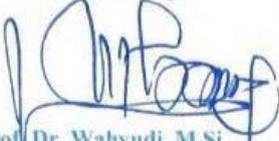
Diajukan Oleh :

TSABITAH AZZAHRA ABDULLAH Rianto

202010310311076

Telah disetujui
Pada Hari Sabtu, 16 Maret 2024

Pembimbing,



Prof. Dr. Wahyudi, M.Si

Wakil Dekan I FISIP,



Indah Dwi Kumalasari, S.P., M.Hub.Int

Ketua Program Studi
Sosiologi,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

TSABITAH AZZAHRA ABDULLAH RIANTO
202010310311076

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

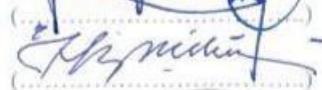
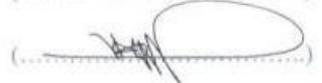
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Sosiologi

Pada Hari Sabtu, 16 Maret 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.
2. Dr. Sulismadi, M.Si
3. Moch. Aan Sugiharto, M.Sosio

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan I

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



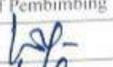

Nuzuluddin Qadri, S.P., M.Hub.Int

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto
NIM : 202010310311076
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Bentuk Modal Sosial Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang
Pembimbing : Prof. Dr. Wahyudi, M.Si

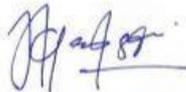
Konsultasi Skripsi :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
25 Agustus 2023	ACC Proposal Skripsi	
9 September 2023	Seminar Proposal Skripsi	
30 November 2023	ACC BAB I	
30 November 2023	ACC BAB II	
9 Februari 2024	ACC BAB III	
9 Februari 2024	ACC BAB IV	
9 Februari 2024	ACC BAB V	

Malang, 9 Februari 2024

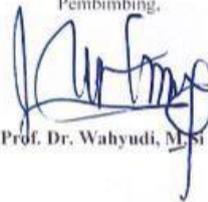
Menyetujui,

Ketua Program Studi,



Luluk Dwi Kumalasari, M.Si

Pembimbing,



Prof. Dr. Wahyudi, M.Si

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

fiisp.umm.ac.id | fiisp@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto.
NIM : 202010310311076
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
BENTUK MODAL SOSIAL PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR BESAR MALANG adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto



Kampus I

Jl. Dawlatiyah I Malang, Jawa Timur

Tel. (0341) 521111-1103 (Malam)

Kampus II

Jl. Dawlatiyah Selatan No. 160 Malang, Jawa Timur

Tel. (0341) 521111-1103 (Malam)

Kampus III

Jl. Raya Tingkir No. 240 Malang, Jawa Timur

Tel. (0341) 521111-1103 (Malam)

ABSTRAK

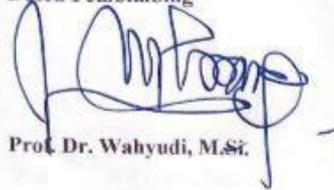
ABSTRAK

Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto. 202010310311076. 2024. Bentuk Modal Sosial Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang. Pembimbing Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.

Penelitian ini dilakukan pada pedagang pakaian di Pasar Besar Malang dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana modal sosial pedagang pakaian di Pasar Besar Malang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Subjek penelitian dalam penelitian ini berjumlah 5 informan. Teknik penentuan subjek yaitu dengan teknik purposive sampling. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian di Pasar Besar Malang memiliki modal sosial yang ditinjau dari teori Putnam meliputi 3 aspek yaitu nilai dan norma dengan cara menerapkan nilai-nilai positif dan norma-norma yang baik, kepercayaan terbentuk melalui kejujuran selama melakukan transaksi dan komitmen untuk menjaga kualitas barang yang dijaga. Jaringan sosial yang terbentuk pada saat transaksi barang dengan sesama pedagang, maupun dengan pembeli sehingga pedagang pakaian di Pasar Besar Malang dapat memiliki pelanggan tetap, bahkan berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Kata Kunci: Modal Sosial, Strategi Bertahan, Pedagang Pakaian.

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.

ABSTRACT

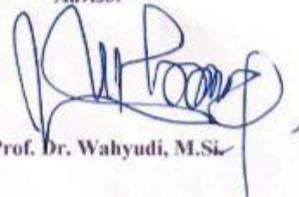
ABSTRACT

Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto. 202010310311076. 2024. A Form of Social Capital for Clothing Traders In Pasar Besar Malang. Advisor Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.

This research was conducted on clothing traders in Pasar Besar Malang with the aim of understanding how social capital is utilized by clothing traders in Pasar Besar Malang. The research employed a qualitative research method with a phenomenological approach. The study subjects consisted of 5 informants, selected through purposive sampling. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. From the conducted research, it can be concluded that clothing traders in Pasar Besar Malang possess social capital, as viewed through Putnam's theory, encompassing three aspects: values and norms by applying positive values and good norms, trust formed through honesty during transactions, and commitment to maintaining the quality of the goods. Social networks are established during transactions with fellow traders and buyers, enabling clothing traders in Pasar Besar Malang to maintain loyal customers and even potentially expand their marketing reach.

Keywords: *Social Capital, Survival Strategies, Clothing Traders.*

Advisor



Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.

SURAT KETERANGAN PLAGIASI

UMM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

SOSIOLOGI
sosiologi.umm.ac.id | sosiologi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/027/Sosiologi/FISIP-UMM/III/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

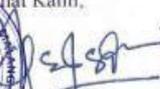
Nama : Tsabitah Azzahra Abdullah Rianto
NIM : 202010310311076
Judul : Bentuk Modal Sosial Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Wahyudi, M.Si
2.

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:

	BAB I	BAB II	BAB III	BAB IV	BAB V
Similarity ^{a)}	9	10	12	2	2

***) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.

Malang, 21 Maret 2024
Hormat Kami,

Endang Dwi Kumalasari, M.Si
Ket. Prodi. Sosiologi



UMM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

UMMPASTI
UMM PASTI

UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Dandang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Surabaya)
F. +62 341 469 435

Kampus II
Jl. Dendungan Sidiarjo No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Surabaya)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 316 (Kediri)
F. +62 341 469 435
E. w.kumalasari@umm.ac.id

KATA PENGANTAR

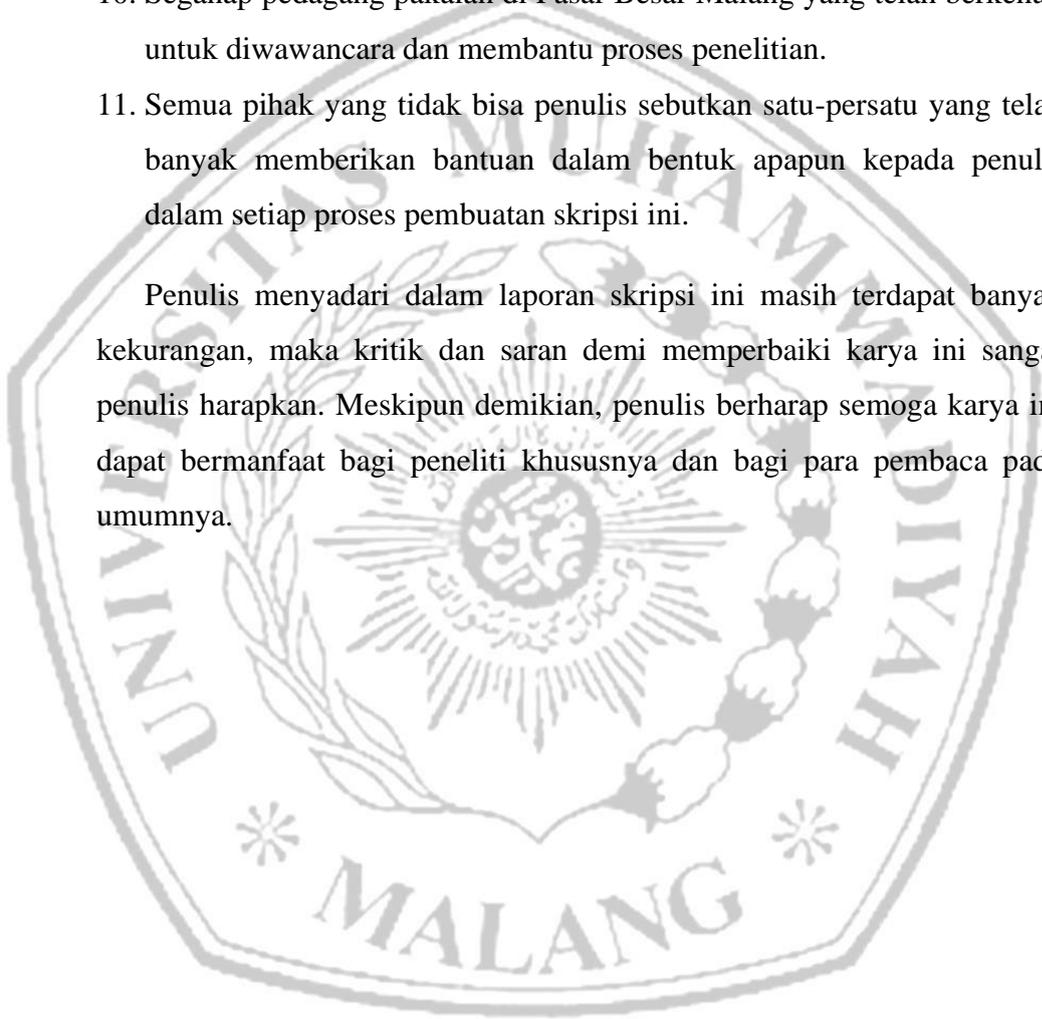
Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Bentuk Modal Sosial Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosiologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang turut serta dalam memberikan ilmu, saran, pengalaman, kritik, pendapat, dan lain lain. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Dr. Muslimin Machmud, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Luluk Dwi Kumalasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Sosiologi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Awan Setia Dharmawan, S.Sos., M.Si selaku dosen wali yang telah memberikan arahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. Wahyudi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Yoyok Dwi Rianto dan Ibu Sadiyah yang selalu mengingatkan dan memberikan semangat serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Hanif Ulil Amri selaku kekasih penulis yang selalu mendukung, membantu keperluan skripsi, menghibur, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.

8. Rizki Azkia, Dista Arwanda dan Ilfatin Aliza Putri selaku sahabat penulis karena telah berjuang bersama selama masa perkuliahan hingga saat ini.
9. Helvy Wildanicha selaku sahabat seperbimbingan karena telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
10. Seganap pedagang pakaian di Pasar Besar Malang yang telah berkenan untuk diwawancara dan membantu proses penelitian.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka kritik dan saran demi memperbaiki karya ini sangat penulis harapkan. Meskipun demikian, penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SURAT KETERANGAN PLAGIASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
1.5. Definisi Konsep	8
1.5.1. Modal Sosial.....	8
1.5.2. Bentuk Modal Sosial	9
1.5.3. Pedagang Pakaian	9
1.5.4. Pasar	9
1.6. Metode Penelitian	10
1.6.1. Pendekatan Penelitian.....	10
1.6.2. Jenis Penelitian	10

1.6.3.	Lokasi Penelitian	11
1.6.4.	Subjek Penelitian	11
1.6.5.	Sumber Data	12
1.6.6.	Teknik Pengumpulan Data	12
1.6.7.	Teknik Analisa Data	14
1.6.8.	Uji Keabsahan Data	16
BAB II		17
KAJIAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI		17
2.1.	Penelitian Terdahulu	17
2.2.	Kajian Pustaka	27
2.2.1.	Peran Modal Sosial dalam Perkembangan Usaha Pedagang	27
2.2.2.	Strategi Pedagang Pakaian Pasar dalam Menghadapi Permasalahan... ..	30
2.3.	Landasan Teori	35
BAB III		42
DESKRIPSI WILAYAH		42
3.1.	Gambaran Umum Kota Malang	42
1.2.	Pasar Besar Malang	47
BAB IV		49
PENYAJIAN DAN ANALISA DATA		49
4.1.	Penyajian Data	49
4.3.	Bentuk Modal Sosial Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang	58
4.3.2.	Kepercayaan oleh Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang	65
4.3.3.	Jaringan Pedagang Pakaian di Pasar Besar Malang	70
4.4.	Analisa Data	76
BAB V		82
PENUTUP		82
5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR TABEL

Table 1. Relevansi Penelitian Terdahulu	23
Table 2. Jumlah Curah Hujan per Bulan di Kota Malang	43
Table 3. Statistik Demografi Kota Malang.....	46
Table 4. Jumlah Kios dan Pedagang Pasar Besar Malang.....	48
Table 5. Identitas Subjek Penelitian	50
Table 6. Analisa Data Berdasarkan Teori Modal Sosial Robert D. Putnam.....	77



DAFTAR PUSTAKA

- Alase, A. (2017). The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 5(2), 9. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.5n.2p.9>
- Alisyah, N. F., Suharso, P., & M, L. O. (2023). Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2), 22–30. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i2.18782>
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Cakra Wisata*, 18(2), 1–16.
- Amalia, A. (2020). *MODUL PERTEMUAN 7 Metode Observasi dalam Penelitian Kualitatif*.
- Asmaranda, E. P. (2018). Redesain Pasar Besar Kota Malang. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 5–14. http://repository.untag-sby.ac.id/514/3/BAB_2.pdf
- Ayyub, N. (2018). Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Kaitannya Dengan Keberadaan Pasar Modern Di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Barrett, D., & Twycross, A. (2018). Data collection in qualitative research. *Evidence-Based Nursing*, 21(3), 63–64. <https://doi.org/10.1136/eb-2018-102939>
- Duwila, Kandowangko, N., & ... (2020). Peran Modal Sosial Pedagang Ikan Di Pasar Bersehati Manado. ... , *Journal Of Social and ...*, 13(4), 1–17. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/31557>
- Effendy, J. (2018). Peran Modal Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Umkm Di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Jurnal Cita Ekonomika*, 12(2), 103–108. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v12i2.2654>
- Ermayanti, & Achmad, H. (2023). Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(2), 13–28. <https://doi.org/10.55606/concept.v2i2.276>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Field, J., Muzir, I. R., & Nurhadi. (2010). *Modal Sosial*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

- Fitriana, L.-, Fitlayeni, R., & Akbar, W. K. (2021). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Pasar Online (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat). *Horizon*, 1(3), 543–553.
<https://doi.org/10.22202/horizon.v1i3.5169>
- Fukuyama, F. (2007). *Trust : Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta : Qalam.
- Hasna, F., & Mayvani, T. C. (2023). Identifikasi Modal Sosial Fungsi Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro). 12(1), 48–66.
- Helaluddin. (2018). Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif [Getting Closer to the Phenomenological Approach: A Qualitative Research]. *Uin Maulana Malik Ibrahim Malang, March*, 1–15.
- Hidayati, D. A., Habibah, S., Ratnasari, Y., Sosiologi, J., & Lampung, U. (2022). Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Pedagang Kecil di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 24(1), 39–56.
<http://jurnalsosiologi.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal>
- Jannah, M. (2020). Strategi Pedagang dalam Mempertahankan Usaha (studi kasus pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya). *Jurnal IAIN Palangka Raya*. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3327/>
- Jauhari, M., & Nikmah, L. L. (2021). Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Sumber Rezeki Kabupaten Musi Banyuasin. *Muqtashid*, 5 (2), 1–13. <https://jurnal.um-palembang.ac.id/muqtashid/article/view/4403%0Ahttps://jurnal.um-palembang.ac.id/muqtashid/article/download/4403/2823>
- Kirana, C. (2021). EKSISTENSI MODAL SOSIAL DALAM PASAR BUKU TRADISIONAL. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(3), 336–341.
- Kurniawansyah, H., Amrullah, Salahuddin, M., Muslim, & Nurhidayati, S. (2020). Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi Dari Covid - 19 Pada Masyarakat Rentan Di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No.(2), 130–139.
<file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan. *Jurnal Kajian*,

Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33–39. p-ISSN 2549-7332
%7C e-ISSN 2614-1167%0D

- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Masitoh, E. Al. (2013). Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*, X(2), 63–78.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourceboo*.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic*, 3(1), 80.
- Mustajibah, T. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 10(3), 3–11.
- Ningrum, E. N. S., & Handoyo, P. (2021). Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Dalam Memperoleh Lapak Pasca Relokasi Pasar Wage Baru Nganjuk. *Journal Unesa*, 7.
- Nst, W., Yafiz, M., & Ramadhani, S. (2021). Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Petisah Medan. *Jurnal Islamic Circle*, 2(2), 32–46. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/islamiccircle/article/view/580>
- Prayitno, M. R. (2021). *Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Pedagang Konvensional Di Pasar Krian Kabupaten Sidoarjo)*.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Y., R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton Univ Press.
- Putri, Z. E., & Azwar. (2022). *Modal Sosial Dan Strategi Bertahan Pedagang Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pedagang di Daerah Wisata Pantai Kota Padang)*. 19(December 2021), 346–353.
<http://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/viewFile/43282/18702>
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Scientific Repository*.
- Setiawan, N., Leksono, S., & Sungkawati, E. (2020). Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan di Pasar Besar Malang. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1(1), 59–64.
- Siregar, L. S., Nora, A., & Batubara, H. D. A. (2021). Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern. *Yos Soedarso Economics Journal*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.53027/yej.v3i1.206>
- Smandra, M., & Usman, M. (2023). *Modal Sosial Pedagang Konvensional di Kota*

Makassar. 2(1), 81–86.

Statistik Daerah Kota Malang. (2023).

Suryadarma, D., Poesoro, A., Budiayati, S., Akhmadi, & Rosfadhila, M. (2007). Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia. In *Lembaga Penelitian SMERU* (Issue November).

Tohani, E., & Sugito. (2019). Kebutuhan Inovasi, Modal Sosial, dan Proses Belajar Perajin Batik. *Jurnal Economia*, 15(1), 17–33.