

DINAMIKA EKONOMI INFORMAL: STUDI KASUS PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA X

M. Udayan^{1*}

^{1*} Universitas Islam Jember, Jember, Indonesia
mudayan0711@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 2025-07-28

Revised : 2025-08-15

Accepted : 2025-08-25

Keyword:

*Informal Economy;
Traditional Markets;
Social Networks.*

ABSTRACT

The informal economy in Indonesia is a significant sector, where workers lack formal legal protection and work independently or with the assistance of casual laborers. This study aims to understand the dynamics of the informal economy of traditional market traders in City X, providing academic, practical, and public policy implications. This study uses a descriptive-qualitative approach to understand the dynamics, patterns, social networks, and factors in traditional markets. The sample size was 100-200 respondents, with 15-30 key informants including senior traders, market managers, supplier representatives, and regular customers. The research shows that the informal economy in Indonesia, dominated by micro and small enterprises, plays a significant role in absorbing more than 59% of the workforce by 2025. Informal enterprises rely on equity, social loans, and trust networks as their primary social capital. The informal economy and traditional markets are crucial to the local and national economy. The informal economy is characterized by flexible micro and small enterprises, relying on limited capital and social networks, and contributing significantly to employment.

How to Cite:

Udayan, M. (2025). DINAMIKA EKONOMI INFORMAL: STUDI KASUS PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA X. *CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting*, 1(1), 27-36. <https://doi.org/>



<https://doi.org/>

This is an open access article under the CC-BY license



INTRODUCTION

Sektor ekonomi informal di Indonesia merupakan sektor penting di mana para pekerjanya tidak memiliki perlindungan hukum formal dan bekerja secara mandiri atau dengan bantuan buruh harian lepas. Pada Februari 2025, 59,40% dari total penduduk Indonesia yang bekerja berada di sektor informal, dengan 86,58

juta orang bekerja di sektor perdagangan eceran makanan, industri pengolahan makanan, dan penyediaan makanan dan minuman. Sektor ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, menyumbang 60% lapangan kerja dan 55% konsumsi nasional.

Sektor ekonomi informal merupakan tulang punggung perekonomian rakyat, terutama di kalangan kelas menengah ke bawah. Namun, para pekerja informal menghadapi tantangan seperti pendapatan yang tidak stabil, kurangnya perlindungan hukum, dan kerentanan terhadap perubahan kondisi ekonomi. Pasar tradisional merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, menyediakan kebutuhan pokok dengan harga terjangkau dan menggunakan mekanisme perundingan yang transparan dan manusiawi. Keunggulan pasar tradisional antara lain lokasi yang strategis, beragam pilihan barang, harga yang terjangkau, dan sistem jual beli yang didasarkan pada hubungan kekeluargaan antara penjual dan pembeli (Urika, 2022).

Pasar tradisional berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Mereka memprioritaskan kepuasan dan kepercayaan konsumen, membangun kesejahteraan ekonomi di tingkat lokal. Namun, tantangan seperti kondisi pasar yang tidak teregulasi, keamanan yang lemah, dan keterbatasan fasilitas perlu diatasi. Manajemen pasar yang lebih baik, fasilitas yang memadai, dan regulasi retribusi diperlukan untuk mendukung keberlanjutan pasar tradisional.

Berdasarkan hal itu, ekonomi informal di Indonesia sangat substansial, dengan hampir 60% tenaga kerja bekerja di dalamnya, berkontribusi signifikan terhadap konsumsi dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pasar tradisional berfungsi sebagai pusat ekonomi lokal, menyediakan kebutuhan pokok dengan harga yang kompetitif, mendukung pendapatan masyarakat kelas menengah ke bawah, dan menjadi wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika ekonomi informal pedagang pasar tradisional di Kota X, memberikan manfaat akademis, praktis, dan kebijakan publik.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk memahami dinamika, pola, jaringan sosial, dan faktor-faktor di pasar tradisional. Ukuran sampel adalah 100-200 responden, dengan 15-30 informan kunci termasuk pedagang senior, pengelola pasar, perwakilan pemasok, dan pelanggan tetap. Teknik pengumpulan data meliputi kuesioner terstruktur, wawancara mendalam, Diskusi Kelompok Terfokus (FGD), dan observasi lapangan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dan terbuka, panduan wawancara semi-terstruktur, dan panduan observasi untuk mengamati fasilitas infrastruktur, tata letak, dan interaksi vendor-pembeli. Pertimbangan etis meliputi persetujuan berdasarkan informasi, jaminan kerahasiaan data, dan hak untuk menarik diri. Analisis kuantitatif melibatkan pemrosesan data kuesioner menggunakan perangkat lunak statistik, sementara analisis kualitatif melibatkan transkripsi wawancara, pengkodean tematik, dan triangulasi data lintas sumber. Sintesis ini menggabungkan temuan kuantitatif dan kualitatif untuk mengembangkan gambaran komprehensif tentang pola, dinamika, jaringan sosial, serta faktor-faktor pendukung dan penghambat. Namun, penelitian ini bersifat kontekstual dengan pasar yang diteliti dan tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke semua pasar tradisional.

RESULT AND DISCUSSION

Konsep Ekonomi Informal

Ekonomi informal adalah sektor kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh usaha kecil atau mikro tanpa perlindungan hukum formal, seringkali tidak terdaftar secara resmi, dan tidak tunduk pada pajak atau peraturan pemerintah. Karakteristiknya meliputi fleksibilitas tenaga kerja, skala usaha kecil, dan keterbatasan akses terhadap modal dan teknologi modern. Di Indonesia, sektor informal muncul sebagai mekanisme adaptasi masyarakat terhadap terbatasnya kesempatan kerja formal dan dampak krisis ekonomi (Sunrawali, 2022).

Pasar tradisional memainkan peran sentral dalam perekonomian lokal, mendistribusikan kebutuhan pokok, menyediakan lapangan kerja bagi banyak pedagang kecil, dan berfungsi sebagai pusat interaksi sosial-ekonomi dalam masyarakat setempat. Keunggulan pasar tradisional antara lain harga yang lebih rendah, sistem tawar-menawar yang menguntungkan pembeli, dan beragamnya pilihan produk lokal. Penelitian (Rianto et al., 2020) menunjukkan bahwa pasar tradisional membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan cara alternatif bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk mengakses kebutuhan pokok secara hemat biaya dan berfungsi sebagai tempat penyimpanan hasil bumi petani dan pengrajin lokal, sehingga mendukung perekonomian daerah (Hasibuan, 2017).

Teori pendapatan dan mata pencarian menyoroti bagaimana individu dan keluarga memanfaatkan berbagai sumber pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka di ekonomi informal dan pasar tradisional. Mata pencarian berkelanjutan membutuhkan akses terhadap modal, pasar, jaringan sosial, dan adaptasi terhadap kondisi eksternal. Faktor-faktor yang memengaruhi

keberlanjutan pedagang pasar meliputi modal, jaringan sosial, regulasi pemerintah, persaingan dengan pasar modern, serta sarana dan prasarana. Pedagang yang mampu mengelola modal dengan baik, membangun jaringan sosial yang luas, dan beradaptasi dengan regulasi dan persaingan cenderung dapat mempertahankan usahanya lebih lama.

Pola dan Dinamika Ekonomi Informal

Ekonomi informal di Indonesia sangat dominan, dengan lebih dari 59% tenaga kerja terlibat di sektor ini per Februari 2025. Ekonomi ini terutama melibatkan usaha mikro dan kecil yang tersebar di sektor perdagangan, jasa, dan pertanian. Pola aktivitas pelaku ekonomi informal umumnya fleksibel dan adaptif, memungkinkan mereka beroperasi dengan sumber daya terbatas dan menavigasi ketidakpastian pasar. Bisnis informasional mengandalkan tabungan pribadi atau modal keluarga sebagai sumber utama modal kerja, pinjaman dari keluarga, teman, atau rentenir, serta modal dari lembaga keuangan mikro dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Keterbatasan modal seringkali membatasi kapasitas untuk membeli barang dagangan dan cadangan modal, sehingga bisnis informal cenderung berskala kecil dan musiman. Modal yang cukup memungkinkan pedagang untuk mengelola inventaris dengan lebih baik dan berinovasi dalam bisnis mereka (Saputra et al., 2024).

Strategi pemasaran untuk bisnis informal sederhana dan didasarkan pada interaksi langsung dengan konsumen. Pemasaran dari mulut ke mulut dan jejaring sosial merupakan saluran pemasaran yang efektif di komunitas lokal, dengan kepercayaan dari pelanggan tetap menjadi hal yang krusial. Pedagang informal memilih lokasi dengan lalu lintas tinggi dan dekat dengan kebutuhan konsumen, seperti pasar tradisional, pusat transportasi, dan area perkantoran. Tawar-menawar harga memfasilitasi penyesuaian harga berdasarkan daya beli pelanggan, sehingga meningkatkan daya tarik pasar tradisional (Nugrahapsari & Arsanti, 2018).

Inovasi produk dan variasi barang dagangan sangat penting untuk membedakan bisnis mereka dari pesaing di pasar modern. Beberapa usaha informal telah mulai menggunakan media sosial untuk pemasaran, meskipun masih terbatas. Jam operasional di sektor informal sangat fleksibel dan beradaptasi dengan kebutuhan dan kondisi pasar. Pedagang kaki lima beroperasi pada jam-jam yang tidak bertabrakan dengan pasar formal, sementara pedagang makanan dan minuman buka dari jam makan siang hingga malam. Jam operasional juga dipengaruhi oleh lokasi dan jenis barang/jasa yang ditawarkan (Putra1 & Indriana, 2024).

Hubungan antara usaha informal dengan pemasok dan pelanggan sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Hubungan dengan pemasok didasarkan pada kepercayaan dan saling menguntungkan, sementara jejaring sosial membantu mengakses informasi tentang harga, inventaris, dan peluang bisnis. Hubungan dengan pelanggan melibatkan pengetahuan pribadi dan layanan yang dipersonalisasi, sehingga menciptakan pelanggan setia.

Berdasarkan hal itu, pola dan dinamika ekonomi informal di Indonesia sangat dipengaruhi oleh keterbatasan modal, strategi pemasaran yang berbasis jaringan sosial dan interaksi langsung, fleksibilitas jam operasional, serta hubungan erat yang terjaga dengan pemasok dan pelanggan. Faktor-faktor ini membentuk karakter ekonomi informal yang adaptif dan resilien dalam menghadapi tantangan persaingan, terutama dari pasar modern. Ekonomi informal memiliki kontribusi besar dalam penopang perekonomian nasional dengan menyumbang lebih dari 59% tenaga kerja dan memberikan kestabilan konsumsi, khususnya di tengah ketidakpastian ekonomi formal. Dengan dukungan permodalan, pengelolaan usaha, dan jaringan sosial yang kuat, pelaku usaha informal dapat lebih berkembang dan mendukung perekonomian lokal secara signifikan.

Selain itu Pola modal di sektor informal sangat dipengaruhi oleh keterbatasan akses ke modal formal sehingga bergantung pada modal sendiri, pinjaman sosial, dan modal sosial berupa jaringan kepercayaan. Strategi pemasaran utamanya berbasis interaksi sosial langsung, lokasi yang strategis, dan mekanisme harga yang fleksibel. Pemanfaatan teknologi mulai menjadi tren baru untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan modal sosial yang kuat, khususnya trust dan jaringan, pelaku sektor informal dapat meningkatkan volume penjualan dan bertahan dalam persaingan usaha, sekaligus memanfaatkan peluang dari inovasi teknologi digital.

Interaksi Sosial dan Jaringan Ekonomi

Jejaring sosial di pasar tradisional merupakan modal sosial yang penting bagi keberlanjutan dan perkembangan bisnis. Jejaring ini terdiri dari hubungan sosial yang berkelanjutan antara pedagang, pemasok, perantara, pembeli, dan pengelola pasar. Jejaring ini berfungsi sebagai forum untuk saling mendukung dan keberlangsungan bisnis, menyediakan akses terhadap informasi, modal, sumber daya, dan dukungan emosional untuk keberlangsungan dan pertumbuhan di pasar yang kompetitif. Tiga jenis jejaring sosial telah diidentifikasi: **jejaring kekuasaan, jejaring kepentingan, dan jejaring sentimen**. Solidaritas antar pedagang merupakan pilar utama interaksi sosial, yang terwujud melalui saling membantu

dalam berbagai situasi, seperti penyediaan barang, pinjaman modal, atau bantuan untuk masalah bisnis atau pribadi. Solidaritas ini memperkuat rasa kekeluargaan dan membuat pedagang merasa dihargai dan terlindungi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Cahyono, 2016).

Persaingan antar pedagang merupakan bagian alami dari aktivitas pasar tradisional, biasanya muncul dalam hal-hal seperti harga dan kualitas barang, lokasi kios, serta variasi produk dan layanan. Persaingan ini seringkali sehat dan mendorong pedagang untuk meningkatkan keterampilan dan layanan mereka. Namun, terkadang hal ini dapat menyebabkan konflik yang perlu dikelola dengan baik melalui norma sosial dan aturan pasar yang berlaku. Kerja sama antar pedagang dibangun atas dasar rasa saling percaya dan keinginan bersama untuk menjaga stabilitas usaha mereka serta lingkungan pasar yang kondusif. Bentuk kerja sama yang umum meliputi pengadaan dan distribusi barang, penyediaan barang secara kredit, koordinasi jam operasional dan tata letak kios, serta kerja sama dalam menjaga keamanan pasar. Kerja sama yang harmonis ini menciptakan lingkungan yang supotif, memperkuat ikatan ekonomi dan sosial, serta meminimalkan konflik.

Oleh karena itu, jejaring sosial di pasar tradisional merupakan bentuk modal sosial yang krusial bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha. Jejaring sosial menyediakan akses cepat dan akurat terhadap informasi harga dan stok, dukungan moral dan finansial saat menghadapi kesulitan usaha, kepercayaan dari pelanggan dan pemasok, serta memperkuat daya tawar saat berurusan dengan perantara atau distributor besar. Di Indonesia, pedagang pasar tradisional dicirikan oleh interaksi sosial yang kompleks, yang melibatkan solidaritas, persaingan, dan kerja sama. Di kawasan wisata Jembatan Siti Nurbaya, para pedagang membentuk kelompok untuk memperkuat usaha mereka selama pandemi COVID-19. Pedagang sayur di Pasar Kecamatan Pampangan membangun jaringan mikro-sosial dengan sesama pedagang dan pembeli, berbagi informasi penting, dan menjaga solidaritas. Pedagang pasar malam di Cisauk menjalin komunikasi yang intens untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan eksistensi pasar. Sebuah studi di Pasar Raya Inpres Kota Padang mengungkapkan jaringan sosial vertikal dan horizontal yang membantu pedagang mengakses sumber daya dan membina kerja sama untuk saling menguntungkan.

Solidaritas memperkuat ketahanan dan ikatan emosional antar pedagang, memungkinkan mereka untuk saling mendukung dalam menghadapi kesulitan. Persaingan mendorong inovasi dan meningkatkan kualitas bisnis, tetapi harus diimbangi dengan aturan dan norma sosial untuk menjaga keharmonisan. Kolaborasi mendorong efisiensi dan stabilitas bisnis, dan jaringan sosial berfungsi

sebagai modal sosial utama. Interaksi dan jaringan ekonomi ini krusial untuk menjaga eksistensi ekonomi informal dan peran pasar tradisional dalam perekonomian lokal Indonesia.

Faktor Pendukung dan Hambatan

Infrastruktur pasar sangat penting untuk menarik pengunjung dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku usaha. Manajemen pasar yang baik, termasuk administrasi yang tertib dan layanan yang responsif terhadap kebutuhan pedagang, berkontribusi pada kelangsungan usaha. Fasilitas pendukung seperti pasokan air yang lancar, gudang, dan parkir meningkatkan kenyamanan transaksi dan memfasilitasi operasional pedagang. Peraturan pemerintah, seperti pembinaan pedagang kecil, peningkatan manajemen pasar, dan penyediaan fasilitas pasar, dapat mendorong perkembangan sektor informal. Dukungan pemerintah melalui instansi terkait, seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pasar, menyediakan pelatihan, memantau kebersihan, dan keamanan pasar. Kebijakan penyediaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan kemudahan akses permodalan bagi pedagang informal memperkuat usaha mereka. Peraturan pemerintah juga menjamin keberlanjutan pasar tradisional. Pasar tradisional memiliki keunggulan kompetitif, seperti harga yang lebih rendah, beragam produk lokal, dan proses tawar-menawar yang memberikan fleksibilitas harga. Lokasi strategis dan kedekatannya dengan masyarakat setempat menjadikannya menarik bagi konsumen.

Pasar tradisional menghadapi beberapa tantangan, termasuk infrastruktur pasar yang tidak memadai, regulasi pemerintah yang kurang optimal, persaingan dari pasar modern, serta persaingan dengan minimarket dan supermarket. Pasar tradisional seringkali menghadapi masalah seperti saluran air yang tersumbat, kebersihan yang buruk, dan fasilitas penyimpanan yang terbatas, yang membuat pengunjung enggan berbelanja. Selain itu, kemasan barang dagangan yang kurang menarik dan fasilitas yang kurang memadai membuat pasar tradisional kurang menarik dibandingkan pasar modern. Kurangnya bantuan pemerintah dalam pengembangan, revitalisasi pasar, dan akses permodalan juga menghambat pertumbuhan pasar tradisional. Lebih lanjut, keberadaan minimarket dan supermarket mengurangi jumlah pengunjung pasar tradisional, dan produk serta kemasan yang lebih terstandarisasi di pasar modern dapat menimbulkan persepsi negatif tentang kualitas dan kebersihan.

Keberlangsungan pasar tradisional dan ekonomi informal sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur pasar, dukungan regulasi pemerintah, dan kemampuan berkompetisi dengan pasar modern. Peningkatan fasilitas dan

manajemen pasar, regulasi yang pro-pasar tradisional, serta penguatan keunikan yang ada di pasar tradisional menjadi kebutuhan prioritas untuk menghadapi tantangan dari pasar modern.

CONCLUSION

Ekonomi informal dan pasar tradisional sangat penting bagi perekonomian lokal dan nasional. Ekonomi informal dicirikan oleh usaha mikro dan kecil yang fleksibel, bergantung pada modal dan jaringan sosial yang terbatas, dan berkontribusi signifikan terhadap lapangan kerja. Pasar tradisional berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok, penyedia lapangan kerja, dan ruang interaksi sosial-ekonomi, menawarkan keuntungan seperti harga yang lebih rendah, tawar-menawar, dan beragam pilihan produk lokal. Sektor informal bergantung pada ekuitas, pinjaman sosial, dan modal sosial, dengan strategi pemasaran yang sederhana, beradaptasi dengan teknologi digital, dan jam operasional yang fleksibel.

Penelitian menunjukkan bahwa ekonomi informal di Indonesia, yang didominasi oleh usaha mikro dan kecil, berperan penting dalam menyerap tenaga kerja lebih dari 59% pada 2025. Usaha informal mengandalkan modal sendiri, pinjaman sosial, dan jaringan kepercayaan sebagai modal sosial utama. Pasar tradisional berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok yang menyediakan harga lebih rendah, produk lokal yang beragam, dan fleksibilitas tawar-menawar harga. Pola usaha informal sangat adaptif dengan pemasaran berbasis interaksi langsung dan lokasi strategis, serta mulai memanfaatkan teknologi digital secara terbatas. Jam operasional dan hubungan erat dengan pemasok serta pelanggan menjadi kunci kelangsungan usaha. Jejaring sosial berupa solidaritas, kerja sama, dan persaingan sehat memperkuat kelangsungan bisnis serta akses terhadap informasi dan modal. Faktor pendukung keberlangsungan termasuk infrastruktur pasar yang baik, manajemen pasar yang tertib, dan dukungan regulasi serta kemudahan akses permodalan. Tantangan utama adalah infrastruktur yang kurang memadai, regulasi yang kurang optimal, dan persaingan ketat dari pasar modern serta minimarket. Penguatan sektor informal dan pasar tradisional perlu didukung oleh kebijakan yang meningkatkan fasilitas, pelatihan, dan akses modal untuk memperkuat kontribusi mereka terhadap ekonomi nasional.

REFERENCES

- AMBARWATI, R. M. D. (2017). Dinamika Pergeseran Ruang Sosial Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pedagang di Arena Lenggang Jakarta, Monas) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1).
- Hasibuan, N. A. (2017). Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi Ke Pasar Induk di Kota Medan (Studi Kasus Pasar Sutomo Medan). *UIN Sumatera Utara*.
- Nugrahapsari, R. A., & Arsanti, I. W. (2018). Analisis Volatilitas Harga Cabai Keriting di Indonesia dengan Pendekatan ARCH GARCH. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36(1), 25. <https://doi.org/10.21082/jae.v36n1.2018.25-37>
- Nugroho, F. A. (2010). Penataan sektor informal di belakang kampus uns (Studi kasus dampak sosial ekonomi pada pedagang di pasar Panggungrejo Jebres, Surakarta).
- Putra1, R. K., & Indriana, H. (2024). Peran Pemerintah Daerah Dalam Mendorong Keberhasilan UMKM di Kabupaten Bogor. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*, 11(03).
- Rianto, S., Zulgani, Z., & Prihanto, P. H. (2020). Analisis Pengaruh Modal Usaha, Umur, Pendidikan dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Desa Sungai Saren Kecamatan Bram Itam Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *E-Jurnal Ekonomi Sumberdaya Dan Lingkungan*, 9(3), 137–146. <https://doi.org/10.22437/jels.v9i3.11956>
- Saputra, S., Vereysita, S., Gouwtami, M., Lathifah, T., & Andayani, M. (2024). Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk dan Promosi yang Efektif di Shopee. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 06(02), 248–260. <https://doi.org/https://doi.org/10.36985/ydx6d166>
- Sunrawali, A. U. S. A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *KINERJA*, Vol 19, No 1 (2022): Februari, 170–182.
- Urika. (2022). Dampak dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pasar Badak Pandeglang). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 91–102.
- Hutagalung, L. A., Sihombing, B., Saragi, H. C., Purba, G. A., Nabi, O., & Lumbantobing, R. (2025). Deskripsi Dinamika Ekonomi Pedagang Kaki Lima:(Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima Di Tarutung). *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(2), 64-77.
- Saputra, I. Pola Relasi Patron-client Pedagang dan Karyawan Etnis Minang di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pedagang Bumbu Pasar Tradisional di Kota Bekasi (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan

Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).