

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya adalah bagian dari upaya peneliti untuk menemukan perbandingan dan relevansi yang dapat memunculkan ide-ide baru. Dalam penelitian sebelumnya, peneliti menyertakan berbagai hasil penelitian lain yang beragam dengan penjelasan sepadat mungkin. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan mengenai strategi adaptasi sosial ekonomi pedagang pasca revitalisasi pasar Pon Kabuapten Trenggalek.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Diyah Setyowati tahun 2020 yang berjudul “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang”. Dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pasca revitalisasi, Pasar Simongan terlihat sepi dari pengunjung. Hal ini disebabkan oleh penggunaan bahan bangunan yang kurang tepat, seperti atap dari asbes yang menyebabkan sayuran cepat layu dan ikan mengering karena paparan panas berlebihan. Kondisi ini berdampak pada penurunan pendapatan pedagang yang berimbas pada ekonomi mereka. Revitalisasi membawa pengaruh tidak hanya pada aspek sosial budaya dan ekonomi, tetapi juga memberikan dampak pada aspek fisik. Di Pasar Simongan Semarang, aspek fisik ini terkait dengan kondisi bangunan pasar setelah revitalisasi.

Penelitian ini memiliki relevansi, di mana peneliti berusaha menganalisis strategi peningkatan pendapatan pedagang setelah adanya program revitalisasi Pasar Rakyat Simongan. Berdasarkan fenomena tersebut strategi yang dimaksud tentunya mempertimbangkan beberapa aspek, seperti sosial budaya, ekonomi,

dan fisik dari revitalisasi pasar, serta dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Simongan Semarang. Namun, beberapa perbedaan ditemukan dalam penelitian sebelumnya, seperti metode analisis SWOT yang digunakan untuk mengkaji strategi yang dilakukan oleh pedagang Pasar Simongan Semarang berfokus pada beberapa aspek, seperti seperti sosial budaya, ekonomi, dan fisik dari revitalisasi pasar, serta dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan metode kuantitatif dengan analisis SWOT melainkan menggunakan metode kualitatif dan hanya berfokus pada aspek sosial budaya dan ekonomi pedagang.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan tahun 2024 dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah Perkembangan *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Dalam penelitian tersebut berdasarkan kondisi yang ada, pasar tradisional di Nagari Ujung Gading mengalami dampak signifikan dari pertumbuhan *E-Commerce*, khususnya di sektor pedagang pakaian. Dari hasil pengamatan, terlihat bahwa los pakaian di pasar tradisional ini mulai sepi pengunjung. Akibatnya, pendapatan pedagang pakaian menurun drastis, dan sebagian bahkan terpaksa menutup usaha. Dengan danya hal tersebut pedagang yang ada di di pasar tradisional Nagari Ujung Gading mereka harus memikirkan kembali cara atau strategi untuk bertahan ditengah perkembangan *E-Commerce*.

Relevansi yang terdapat pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait pembahsan mengenai strategi adaptasi pedagang pasar tradisonal untuk meningkatkan pendapatan mereka. Akan tetapi dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat perbedaan

yang terletak pada permasalahan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional Nagari Ujung Gading yaitu, terkait penurunan jumlah konsumen yang disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat dan adaptasi *E-Commerce* terhadap perkembangan dinamis oleh perubahan dan inovasi oleh kemajuan teknologi. Dalam penelitian sebelumnya juga hanya berfokus pada strategi pedagang pakaian yang akan dikaji dengan menggunakan persepektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak hanya berfokus pada strategi pedagang pakaian serta akan dikaji dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Azulfa Arivah dan Grendi Hendrastomo tahun 2024 dengan judul “Strategi Adaptasi Pedang Pasar Muntilan Dalam Menghadapi Revitalisasi Dan Maraknya Penggunaan *E-Commerce*”. Pada hasil dan pembahasan penelitian ini Pasar Muntilan merupakan salah satu pasar tradisional yang telah mengalami revitalisasi. Beberapa pedagang, terutama yang menjual kebutuhan sekunder dan tersier, mengaku merasakan dampak dari proses revitalisasi tersebut, ditambah dengan kehadiran *E-Commerce*. Sebelum revitalisasi, para pedagang yang menjual kebutuhan sekunder dan tersier memiliki pelanggan tetap. Namun, relokasi sementara selama proses revitalisasi membuat mereka kehilangan pelanggan yang berdampak signifikan terhadap pendapatan mereka, yang kini tidak sebesar sebelum revitalisasi dilakukan. Selain revitalisasi, para pedagang juga merasakan tekanan dari perkembangan *E-Commerce*. Kehadiran platform digital ini turut berkontribusi pada penurunan pendapatan mereka, karena banyak konsumen yang kini lebih memilih berbelanja secara online.

Relevansi antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dikaji adalah keduanya akan melihat strategi adaptasi yang digunakan oleh para pedagang dengan adanya program revitalisasi pasar. Namun, terdapat beberapa perbedaan di antara kedua penelitian tersebut. Dalam penelitian sebelumnya hanya berfokus pada strategi yang digunakan pedagang dalam menghadapi revitalisasi dan maraknya penggunaan *E-Commerce*, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi adaptasi pedagang pada aspek sosial ekonomi dan akan dianalisis dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi adaptasi pedagang dalam aspek sosial dan ekonomi terhadap kehidupan serta usaha para pedagang dalam konteks yang lebih luas.

Penelitian keempat penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Riza Hafizi, Mariatul Jannah tahun 2021 dengan judul “Strategi Pedagang Pasar Dalam Mempertahankan Usaha Pasca Kebakaran”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa di Kota Palangka Raya, tingginya jumlah pengunjung menunjukkan bahwa pasar tradisional tetap menjadi pilihan favorit masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Namun, keberlangsungan dan eksistensi pasar ini dapat menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah risiko peristiwa yang tidak terduga, seperti kebakaran. Dalam konteks ini, strategi yang tepat menjadi sangat penting untuk mendukung kelangsungan usaha, terutama melalui pendekatan manajemen pemasaran dan manajemen risiko. Penelitian ini menyoroti bagaimana para pedagang beradaptasi dengan situasi sulit pasca kebakaran untuk meminimalisir kerugian yang dialami serta memenuhi kebutuhan

ekonomi mereka. Dari perspektif ekonomi Islam, strategi yang diterapkan para pedagang Pasar Baru A setelah kebakaran juga dinilai sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen pemasaran dalam Islam.

Relevansi yang tampak antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dikaji yaitu kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam cara menerapkan strategi adaptasi bagi pedagang. Strategi adaptasi ini digunakan untuk mencari pendekatan yang tepat demi mendukung keberlangsungan usaha mereka, terutama dalam menghadapi berbagai ancaman yang dapat berasal dari faktor eksternal maupun internal. Dengan menerapkan strategi yang sesuai, diharapkan para pedagang dapat lebih tangguh dan mampu bertahan dalam situasi yang penuh tantangan. Namun terdapat perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang akan dikaji yaitu, pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan melalui strategi manajemen pemasaran dan manajemen risiko serta dilihat dari segi perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan pendekatan strategi sosial ekonomi pedagang dan akan dikaji dengan menggunakan perspektif sosiologi.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ayu Hidayati, Siti Hbibah, dan Yuni Ratnasari tahun 2022 dengan judul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pedagang Kecil Di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)”. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat bahwa pandemi COVID-19 membawa dampak besar bagi para pedagang di Pasar Koga, khususnya dalam aspek pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada 31 Desember 2020, terlihat bahwa Pasar Koga mengalami penurunan jumlah pengunjung yang signifikan,

jauh lebih sepi dibandingkan dengan situasi sebelum pandemi. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori perubahan sosial Talcott Parsons, yaitu teori fungsional struktural, serta teori bertahan hidup dari Soeharto, untuk memahami strategi-strategi yang digunakan para pedagang dalam menghadapi tantangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi ini.

Dalam penelitian ini, ada relevansi yang dapat diidentifikasi antara studi sebelumnya dan penelitian yang akan dikaji. Keduanya sama-sama mengkaji terkait strategi adaptasi bagi pedagang. Strategi adaptasi ini digunakan untuk mencari pendekatan yang tepat demi mendukung keberlangsungan usaha mereka. Namun terdapat perbedaan antara kedua penelitian tersebut, pada penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi adaptasi pedagang dari aspek pendidikan, pendapatan dan pekerjaan serta penelitian tersebut dipengaruhi oleh teori perubahan sosial Talcott Parson dan juga strategi bertahan hidup oleh Soeharto. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan pendekatan strategi sosial ekonomi para pedagang, di mana fokus utama kajian adalah pada bagaimana strategi-strategi ekonomi dan sosial yang digunakan oleh para pedagang dalam menjalankan usaha mereka. Penelitian ini juga akan dianalisis melalui perspektif sosiologi dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons, yang memungkinkan kita untuk memahami strategi adaptasi ekonomi sosial pedagang dan struktur sosial yang memengaruhi strategi serta keberlanjutan ekonomi pedagang.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil	Relevansi
1.	Diyah Setyowati tahun 2020, “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang”.	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa telah terjadi perubahan pendapatan pedagang setelah adanya revitalisasi pasar. Seluruh pedagang mengalami penurunan pendapatan, hal ini disebabkan oleh tingginya harga produksi dan juga kurang tepatnya tata kelola pasar setelah di revitalisasi yang berakibat para pembeli cenderung mengurangi konsumsi dan minat beli. Untuk itu para pedagang harus beradaptasi dengan kondisi baru serta berdasar analisis SWOT para pedagang telah menerapkan beberapa alternatif strategi yang dapat dijadikan sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan dengan memperhatikan beberapa aspek seperti sosial budaya, ekonomi, dan fisik dari revitalisasi pasar, serta dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Simongan (Setyowati, 2021).	Persamaan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diyah Setyowati dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu terletak pada aspek strategi adaptasi pedagang yang mencakup aspek sosial ekonominya. Selain persamaan adapun yang menjadi pembeda dalam penelitian ini adalah dari segi lokasi penelitiannya serta seperti metode kuantitatif dengan analisis SWOT yang digunakan untuk mengkaji strategi yang dilakukan oleh pedagang Pasar Simongan Semarang dan berfokus pada beberapa aspek, seperti seperti sosial budaya, ekonomi, dan fisik dari revitalisasi pasar, serta dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada aspek strategi sosial budaya dan ekonomi pedagang dengan metode kualitatif.
2.	Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan tahun 2024, “Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah	Berdasarkan hasil penelitian ini mengenai strategi bertahan pedagang pakaian di pasar tradisional Nagari Ujung Gajing, para pedagang pakaian telah menerapkan beberapa strategi adaptif untuk menjaga dan mempertahankan daya	Persamaan penelitian yang dilakukan Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu terkait adanya strategi adaptif pedagang untuk mempertahankan

No	Judul	Hasil	Relevansi
	Perkembangan <i>E-Commerce</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam”.	saing di tengah maraknya <i>E-Commerce</i> . Strategi yang pertama yaitu mengikuti tren mode terkini yang telah menjadi kunci untuk menarik konsumen, yang kedua para pedagang menerapkan strategi diskon yang telah terbukti secara efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. Ketiga, menerapkan strategi pemeliharaan kualitas produk yang menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Keempat, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan yang menjadi diferensiasi utama pada penjualan. Strategi terakhir yaitu membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggan melalui skema pembayaran secara bertahap yang telah menjadi strategi efektif untuk menjaga loyalitas pelanggan (Adelia & Lubis, 2024).	kelangsungan hidup mereka dari adanya perkembangan teknologi <i>E-commerce</i> . Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti sebelumnya hanya berfokus pada strategi pedagang pakaian yang akan dikaji dengan menggunakan persepektif ekonomi islam. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak hanya berfokus pada strategi pedagang pakaian serta akan dikaji dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons.
3.	Azulfa Arivah, grendi Hendrastomo tahun 2024, “Strategi Adaptasi Pedang Pasar Muntilan Dalam Menghadapi Revitalisasi Dan Maraknya Penggunaan <i>E-Commerce</i> ”.	Berdasarkan hasil penelitian ini Beberapa pedagang terutama yang menjual kebutuhan sekunder dan tersier di Pasar Muntilan, mengaku merasakan dampak dari proses revitalisasi tersebut, ditambah dengan kehadiran <i>E-Commerce</i> . Revitalisasi ini memberikan dampak signifikan, terutama bagi	Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azulfa Arivah, grendi Hendrastomo dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu terkait strategi adaptasi pedagang pasar dalam mengdapi revitalisasi. Selain persamaan adapun yang menjadi pembeda dalam penelitian ini adalah dalam

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>pedagang yang berjualan di lantai tiga atau lantai paling atas. Pedagang di lantai ini umumnya menawarkan barang kebutuhan sekunder maupun tersier, sehingga jumlah pembeli pun cenderung menurun. Selain itu, para pedagang juga dihadapkan pada tantangan meningkatnya penggunaan <i>E-Commerce</i>, yang turut memengaruhi daya saing mereka dalam menjual kebutuhan sekunder dan tersier. Oleh karena itu, diperlukan langkah adaptasi yang dilakukan pedagang Pasar Muntilan seperti memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, menjual produk/barang dagangan dengan harga yang terjangkau, memberikan kualitas barang yang bagus kepada pembeli, mempromosikan barang dagangan melalui media sosial, membuka kios lebih pagi serta menjalin hubungan yang baik dengan sesama pedagang. Adaptasi yang dilakukan pedagang ini bertujuan untuk menghadapi dampak revitalisasi serta persaingan dengan <i>E-Commerce</i> (Azulfa Arivah, 2024).</p>	<p>penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi pedagang pada aspek sosial ekonomi dan akan dianalisis dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons. Sedangkan penelitian sebelumnya telah berfokus pada strategi adaptasi pedagang pasar dalam menghadapi revitalisasi dan maraknya penggunaan <i>E-Commerce</i>, yang dikaji dengan teori strategi adaptasi oleh John William Bennett.</p>
4.	Muhammad Riza Hafizi, Mariatul Jannah tahun 2021, “Strategi Pedagang Pasar	Hasil dalam penelitian ini yaitu Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa di Kota Palangka Raya, tingginya jumlah	Terdapat persamaan pada penelitian ini terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan sekarang yaitu sama-sama meneliti

No	Judul	Hasil	Relevansi
	Dalam Mempertahankan Usaha Pasca Kebakaran”.	<p>pengunjung menunjukkan bahwa pasar tradisional tetap menjadi pilihan favorit masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Namun, keberlangsungan dan eksistensi pasar ini dapat menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah risiko peristiwa yang tidak terduga, seperti kebakaran. Dalam konteks ini, strategi yang tepat menjadi sangat penting untuk mendukung kelangsungan usaha, terutama melalui pendekatan manajemen pemasaran dan manajemen risiko. Pedagang menerapkan strategi pemasaran dengan menjual produk yang beragam, harga yang lebih terjangkau, serta tempat yang nyaman, selain daripada itu para pedagang melakukan beragam cara untuk berpromosi secara langsung. Sedangkan strategi manajemen risiko yang telah diterapkan oleh pedagang Pasar Baru A lebih cepat beradaptasi dengan situasi pasca kebakaran, para pedagang melakukan antisipasi kebakaran dengan melakukan berbagai tindakan pencegahan kebakaran dan operasional usaha yang lebih hati-hati. Pedagang menerapkan strategi pemasaran dan manajemen risiko bisnis dengan baik agar usahanya</p>	<p>terkait strategi pedagang pasar dalam mempertahankan usahanya dari adanya ancaman baik dari luar maupun dari dalam. Namun terdapat perbedaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang akan dikaji yaitu, pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan melalui strategi manajemen pemasaran dan manajemen risiko serta dilihat dari segi perspektif ekonomi islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan pendekatan strategi sosial ekonomi pedagang dan akan dikaji dengan menggunakan perspektif sosiologi.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>tetap menguntungkan. Namun tidak dapat dipungkiri pasca kebakaran tahun 2016, pendapatan pedagang Pasar Baru A terus menurun, dan jumlah pembeli Pasar Baru A pun menurun (Hafizi & Jannah, 2021).</p>	
5.	<p>Dewi Ayu Hidayati, Siti Hbibah, dan Yuni Ratnasari tahun 2022, "Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pedagang Kecil Di Pasar Koga, Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung).</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa pandemi Covid-19 membawa dampak besar bagi para pedagang di Pasar Koga, khususnya dalam aspek pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Perubahan kehidupan sosial ekonomi pedagang pasar tradisional Koga di masa pandemi yang dianalisis dengan teori bertahan hidup oleh Sueharto yaitu meliputi pada aspek pekerjaan dimana telah terjadi perubahan yaitu terhadap jenis barang dagang, adanya pekerjaan tambahan diluar pekerjaan utama, durasi berdagang semakin singkat. Selain itu terdapat perubahan pada aspek pendidikan. Dalam strategi untuk bertahan hidup pedagang pasar tradisional Koga menggunakan beberapa strategi diantaranya yaitu: strategi aktif, strategi pasif, strategi jaringan, strategi adaptasi kebiasaan baru (Hidayati et al., 2022).</p>	<p>Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ayu Hidayati, Siti Hbibah, dan Yuni Ratnasari peneliti sekarang yaitu terkait strategi adaptasi yang digunakan sebagai bertahan hidup oleh pedagang pasar tradisional. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian yang akan dikaji, dalam penelitian sebelumnya yaitu pada aspek pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan metode dan pendekatan secara sosiologis, di mana fokus utama kajian yang akan dilakukan adalah pada bagaimana strategi-strategi sosial ekonomi yang digunakan oleh para pedagang dalam menjalankan usaha mereka.</p>

Berdasarkan kelima penelitian sebelumnya yang telah disebutkan di atas, terdapat aspek kebaruan dan perbedaan yang ditemukan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dikaji. Pada penelitian ini akan mengeksplorasi mengenai strategi adaptasi sosial ekonomi pedagang pasca revitalisasi pasar tradisional yang akan dianalisis secara kualitatif melalui pendekatan sosiologi dengan menggunakan teori struktural fungsional (AGIL) yang dikemukakan oleh Talcott Parsons. Teori tersebut digunakan untuk memahami dan menganalisis strategi pedagang untuk mempertahankan kelangsungan usaha mereka di Pasar Pon Kabupaten Trenggalek. Selain daripada itu fokus masalah pada penelitian ini yaitu terkait perubahan kebijakan dan pemisahan pasar basah dan kering pada revitalisasi Pasar Pon Kabupaten Trenggalek.

Dalam hal tersebut pedagang Pasar Pon kabupaten Trenggalek telah kesulitan beradaptasi karena adanya kebijakan baru yang telah diterapkan di pasar sehingga para pedagang harus menghadapi penurunan pengunjung yang berakibat pada pendapatan pedagang. Sehingga dengan menggunakan pendekatan secara sosiologis dengan teori struktural fungsional (AGIL) oleh Talcott Parsons akan menghasilkan temuan strategi yang bervariasi yang digunakan oleh para pedagang pasar.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Strategi Adaptasi

Kata strategi berasal dari kata Yunani *strategos*. “Stratos” berarti militer dan “ag” berarti memimpin yang berarti peran anggota militer dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Pada dasarnya strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Sedangkan Menurut Robbins (2003),

adaptasi adalah suatu proses yang melibatkan manusia untuk berinteraksi sebagai upaya bertahan untuk mencapai tujuan atau pemenuhan kebutuhan untuk menghadapi lingkungan dan kondisi sosial yang berubah-ubah (Dewi et al., 2023). Strategi adaptasi di sini mencakup tindakan-tindakan besar yang diperlukan untuk melindungi diri terhadap berbagai bahaya atau ancaman yang ada di alam terbuka atau di lingkungan dengan menggunakan alat-alat kecil dan bertujuan untuk mempertahankan kehidupan yang disebut dengan kehidupan. Survival berasal dari bahasa Inggris “*Survive*” yang artinya bertahan hidup.

Strategi adaptasi merujuk pada rencana atau kegiatan yang dilakukan untuk bertahan hidup dalam situasi dan kondisi tertentu. Kegiatan yang dilakukan harus menjadi prioritas dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, strategi dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam kehidupannya.

Strategi, adalah konsep yang digunakan dalam penelitian untuk memahami bagaimana masyarakat menghadapi dan mengatasi isu-isu penting yang mempengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks ini, masyarakat dilihat sebagai aktor sosial yang aktif, bukan pasif, yang mampu mencari solusi alternatif ketika menghadapi masalah. Analisis strategi bertahan ini menyoroti peran masyarakat dalam mencari cara untuk beradaptasi dan menemukan solusi kreatif dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan, seperti ekonomi, sosial, atau lingkungan.

Strategi adaptasi yang digunakan oleh individu atau keluarga dalam kehidupan sehari-hari pada dasarnya adalah kemampuan mereka dalam mengelola aset atau sumber daya yang mereka miliki. Strategi adaptasi ini tidak hanya bergantung pada sumber daya yang ada, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa

faktor lain seperti struktur sosial yang mencerminkan bagaimana masyarakat diorganisasikan, jaringan relasi (hubungan sosial), dan aset yang tersedia. Individu memilih strategi tertentu berdasarkan pemikiran yang rasional, yaitu dengan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari berbagai pilihan yang ada. Selain memanfaatkan aset, mereka juga berupaya mengurangi pengeluaran kebutuhan sehari-hari untuk menekan biaya, sehingga dapat lebih efisien dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Ini menunjukkan bahwa strategi bertahan hidup atau pengelolaan ekonomi keluarga tidak hanya tentang memanfaatkan apa yang dimiliki, tetapi juga tentang bagaimana mengelola pengeluaran dengan bijak (Urika, 2022).

2.2.2 Bentuk-Bentuk dan Jenis Adaptasi Sosial dan Ekonomi

Adaptasi sosial merupakan salah satu bentuk penyesuaian diri dalam lingkungan sosial. Adaptasi sosial merupakan suatu keadaan dimana terdapat penyesuaian suatu individu terhadap lingkungannya. Penyesuaian diri pada lingkungan seringkali disebut dengan istilah adaptasi, namun penyesuaian diri dengan lingkungan sosial disebut dengan *adujment*. Adaptasi sosial ini tidak hanya mencakup pada sosial saja akan tetapi mencakup dalam ranah adaptasi sosial ekonomi, adaptasi ini individu dipaksa untuk menyesuaikan diri terhadap kondisi lingkungannya sebagai cara untuk bertahan pada sosial ekonominya. Dalam hal ini adaptasi sosial dapat disimpulkan sebagai suatu cara penyesuaian diri terhadap lingkungan, penyesuaian ini berarti mengubah diri pribadi yang menyesuaikan dengan keadaan lingkungan. Berikut terdapat aspek-aspek penyesuaian diri dalam adaptasi:

1. Penyesuaian Diri

Merupakan kemampuan individu untuk menerima dirinya sendiri untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara dirinya dengan lingkungan di sekitarnya.

2. Penyesuaian sosial

Penyesuaian sosial merujuk pada hubungan yang terjalin antara individu dengan masyarakat sekitar, baik itu keluarga, sekolah, maupun masyarakat pada umumnya (Septiawan, 2022). Dalam adaptasi sosial ini pasti terdapat suatu interaksi yang terjadi diantara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Menurut Soekanto (2009) adaptasi sosial memiliki beberapa aspek diantaranya, yaitu:

- a. Terdapat interaksi antar masyarakat yang berfungsi sebagai penyesuaian awal dalam beradaptasi.
- b. Terdapat proses hambatan pada lingkungannya. Menurut Soekanto hambatan yang dimaksud adalah karakter seseorang yang hidup berdampingan dengan individu maupun kelompok dalam lingkungannya.
- c. Terdapat adaptasi terhadap norma di masyarakat. Menurut Soekanto, seseorang individu maupun kelompok tidak terlepas dengan kebudayaan serta norma-norma serta nilai yang dipercayainya, sebagai pedoman untuk beradaptasi.

Bentuk-bentuk adaptasi sosial merupakan hasil dari adanya suatu proses dari masyarakat dalam menghadapi tekanan/perubahan pada lingkungan. Manusia melakukan penyesuaian diri terhadap lingkungan dengan berbagai macam cara sebagai bentuk usaha dalam bertahan hidup. Bentuk-bentuk adaptasi yang

dilakukan manusia dapat diketahui dengan melihat ketika manusia mengubah diri pribadi sesuai keadaan lingkungan yang ada. Berikut bentuk-bentuk adaptasi yang telah terbagai menjadi dua diantaranya yaitu:

1. Adaptasi Aktif

Adaptasi aktif masyarakat telah mempengaruhi atau merubah lingkungan yang disebut dengan bentuk adaptasi manusia secara aktif. Seperti yang dikatakan oleh Sapoetra mengenai adaptasi secara aktif yang berarti pribadi mempengaruhi lingkungan. sedangkan menurut Gerungan individu telah berusaha untuk mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan diri, yang memiliki sifat aktif (*alloplastis*). Sehingga adaptasi bisa disebut sebagai cara atau strategi aktif manusia dalam menghadapi perubahan lingkungannya.

2. Adaptasi Pasif

Adaptasi pasif menurut Gerungan yaitu mengubah diri yang disesuaikan dengan keadaan lingkungan yang bersifat pasif (*autoplastis*) misalnya seorang masyarakat desa yang harus menyesuaikan diri dengan norma dan nilai-nilai yang baru (Septiawan, 2022).

Adaptasi sendiri merupakan suatu sistem sosial yang mampu beradaptasi pada lingkungan sekitar dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan kelompok (Parsons, 2013). Kemampuan adaptasi dapat diartikan sebagai keberhasilan seseorang yang dapat menyesuaikan diri dengan orang lain serta dapat menyesuaikan diri dengan kelompok. Orang dapat dengan mudah menyesuaikan diri secara baik yaitu dengan melalui dan mempelajari berbagai keterampilan sosial seperti kemampuan untuk menjalin hubungan diplomatis terhadap orang lain, teman, anggota keluarga, maupun orang yang tidak dikenal (Hurlock, 2010).

Menurut Davidoff menyatakan bahwa penyesuaian diri atau *adjustment* merupakan suatu proses untuk mencari titik temu terhadap kondisi diri dan tuntutan lingkungan, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, kejiwaan, serta dengan lingkungan(Wahyu Sri Ambar Arum, Fitria Rakhmawati, Hanifah Alike Putri, 2021). Sementara itu, Aminuddin, adaptasi dilakukan dengan tujuan-tujuan tertentu diantaranya, yaitu:

1. Mengatasi tantangan dalam lingkungan.
2. Mengelola ketegangan sosial.
3. Menjaga kelangsungan kelompok atau unit sosial.
4. Memastikan kelangsungan hidup.

Menurut para ahli ekologi budaya telah mendefinisikan adaptasi sebagai suatu strategi penyesuaian diri yang digunakan manusia sebagai cara untuk merespon terhadap perubahan-perubahan lingkungan dan sosial. Adaptasi ini sendiri memerlukan proses interaksi yang dibangun dan dipelihara antar organisme dan lingkungan. Dalam adaptasi telah terdapat suatu pola yang memiliki arti suatu rangkaian unsur yang telah menjelaskan mengenai suatu gejala dan dapat digunakan sebagai contoh dalam hal menggambarkan atau mendeskripsikan suatu gejala tersebut. Pola adaptasi dalam penelitian ini sebagai unsur-unsur yang telah menetap dalam proses adaptasi yang menggambarkan suatu proses dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam interaksi maupun tingkah laku dari masing-masing masyarakat (Septiawan, 2022).

Adaptasi sosial dan ekonomi memiliki peran yang penting dalam mengatasi tantangan yang timbul akibat perubahan pada lingkungan, teknologi, budaya, maupun kondisi global. Dengan memahami berbagai bentuk penyesuaian

ini, baik individu maupun masyarakat dapat merumuskan langkah-langkah strategis untuk tetap bertahan dan relevan dalam beragam situasi. Adaptasi sosial dan ekonomi adalah upaya penyesuaian yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau masyarakat untuk merespons perubahan dalam lingkungan sosial dan ekonomi. Proses ini bertujuan untuk menjaga keberlangsungan hidup, menciptakan keseimbangan dalam dinamika yang terus berubah, serta memastikan kesejahteraan tetap terpelihara. Adaptasi sosial dan ekonomi mencakup berbagai respons yang berkembang sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam konteks tertentu.

Proses adaptasi ini melibatkan kemampuan individu atau kelompok untuk beradaptasi dengan kondisi sosial dan ekonomi yang berubah, baik yang dipicu oleh faktor internal, seperti perubahan dalam struktur keluarga atau organisasi, maupun faktor eksternal, seperti kemajuan teknologi, perubahan iklim, atau krisis ekonomi global. Adaptasi ini bukan sekadar upaya bertahan, tetapi juga mencari cara baru untuk berkembang di tengah tantangan. Adaptasi sosial dan ekonomi berperan penting dalam menjaga relevansi, keseimbangan, dan keberlanjutan dalam menghadapi perubahan zaman. Dengan memahami dinamika serta faktor-faktor yang memengaruhi adaptasi ini, individu dan masyarakat dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mengatasi berbagai tantangan dan membangun kehidupan yang lebih sejahtera. Berikut penjelasan yang lebih detail terkait jenis-jenis adaptasi sosial dan ekonomi:

1. Adaptasi Sosial

Adaptasi sosial menitikberatkan pada upaya individu atau kelompok untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dalam struktur sosial, norma, hubungan antarmanusia, atau budaya. Penyesuaian ini bertujuan agar individu atau kelompok dapat tetap berinteraksi secara harmonis di tengah dinamika

masyarakat yang terus berubah. Faktor-faktor yang memengaruhi proses adaptasi sosial meliputi perubahan nilai dan norma sosial, keberagaman budaya dalam masyarakat multikultural, serta konflik atau tekanan sosial yang datang dari luar. Jenis-jenis adaptasi sosial ialah sebagai berikut:

a. Adaptasi Konformitas (*Conformity*)

Penyesuaian diri dengan norma, nilai, atau aturan yang berlaku di masyarakat agar diterima secara sosial. Contohnya adalah pendatang yang mempelajari bahasa dan budaya setempat untuk berbaur dengan masyarakat sekitar.

b. Adaptasi Inovasi (*Innovation*)

Menggunakan cara-cara baru untuk mencapai tujuan sosial yang sama, meskipun tidak selalu sejalan dengan norma tradisional. Misalnya, memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan atau menyampaikan aspirasi.

c. Adaptasi Ritualisme (*Ritualism*)

Melakukan kepatuhan formal terhadap aturan atau norma tanpa memahami atau mengejar tujuan utama di balik aturan tersebut. Contohnya adalah seseorang yang mengikuti upacara adat tanpa mengetahui makna di balik tradisi tersebut.

d. Adaptasi pemberontakan (*Rebellion*)

Menolak norma atau struktur sosial yang ada, sekaligus berusaha menciptakan sistem baru. Contohnya adalah Gerakan sosial yang menuntut perubahan politik atau keadilan.

e. Adaptasi retretisme (*Retreatism*)

Menarik diri dari norma sosial dengan menghindari interaksi sosial dan masyarakat. Contohnya adalah individu yang memilih hidup menyendiri di tempat terpencil jauh dari kehidupan sosial (Aldita Cindy Arfidiandra et al., 2020).

2. Adaptasi Ekonomi

Adaptasi ekonomi adalah upaya yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi ekonomi, baik di tingkat mikro maupun makro. Proses ini mencerminkan kemampuan mereka untuk beradaptasi terhadap dinamika ekonomi yang terjadi, baik dalam skala lokal, nasional, maupun global. Perubahan tersebut dapat dipicu oleh berbagai faktor, seperti pergeseran pasar tenaga kerja, perkembangan teknologi, atau terjadinya krisis ekonomi.

Tujuan utama dari adaptasi ekonomi adalah menjaga keberlangsungan ekonomi, meningkatkan produktivitas, dan meminimalkan dampak negatif dari tekanan ekonomi. Beberapa faktor yang memengaruhi proses ini meliputi kemajuan teknologi yang mengubah pola produksi dan konsumsi, krisis ekonomi yang berdampak pada pendapatan masyarakat, serta globalisasi yang memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan tingkat persaingan (Frank Ellis, 2019). Berikut penjelasan mengenai jenis-jenis adaptasi ekonomi:

a. Diversifikasi Pendapatan

Menambah sumber penghasilan dengan menciptakan usaha baru atau mempelajari keterampilan tambahan. Contohnya, seorang pedagang yang memulai usahanya untuk mengatasi ketidakstabilan harga jual.

b. Mobilitas Ekonomi

Melakukan perpindahan pekerjaan, sector usaha, atau lokasi geografis untuk mencari peluang yang lebih baik. Misalnya, pedagang yang berpindah tempat lokasi yang lebih strategis demi mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi

c. Efisiensi Ekonomi

Mengurangi pengeluaran atau meningkatkan efisiensi operasional melalui inovasi atau pengelolaan sumber daya yang lebih optimal. Contohnya adalah penggunaan teknologi hemat energi di rumah tangga atau industri.

d. Penerapan Teknologi Baru

Mengintegrasikan teknologi modern untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Sebagai contoh, pelaku UMKM atau pedagang yang mulai menggunakan platform *e-commerce* untuk memasarkan produknya.

e. Kooperasi dan Kolaborasi

Membentuk kelompok atau komunitas ekonomi untuk memperkuat keberlanjutan finansial. Contohnya adalah koperasi petani yang menjual hasil panen secara kolektif agar mendapatkan harga jual yang lebih baik.

f. Pengelolaan Risiko Ekonomi

Menyusun Langkah-langkah strategis untuk meminimalkan dampak risiko ekonomi, seperti melalui tabungan, asuransi, atau investasi, sebagai contoh, keluarga yang menyisihkan sebagian pendapatan untuk dana darurat (Todaro & Smith, 2020).

Pentingnya adaptasi sosial dan ekonomi terletak pada kemampuannya untuk mendukung individu dan masyarakat agar tetap bertahan menghadapi perubahan besar, seperti pandemi atau krisis ekonomi. Dari sisi pemanfaatan peluang, perubahan lingkungan sering kali menciptakan kesempatan baru, dan melalui adaptasi, individu serta kelompok dapat mengambil manfaat dari peluang tersebut. Selain itu, adaptasi yang dilakukan dengan baik dapat mengurangi dampak negatif dari tekanan sosial dan ekonomi, seperti pengangguran, konflik sosial, atau penurunan kesejahteraan.

2.2.3 Perubahan Sosial Ekonomi Pedagang

Perubahan sosial ekonomi pedagang merupakan perubahan yang terjadi akibat berbagai faktor, seperti kemajuan teknologi, kebijakan pemerintah, evolusi pola konsumsi masyarakat, serta dinamika pasar. Perubahan ini dapat membawa manfaat dalam bentuk peningkatan kesejahteraan dan peluang usaha, akan tetapi juga dapat menimbulkan tantangan yang mengharuskan pedagang untuk beradaptasi dan berinovasi (Nonci, 2023). Berikut adalah beberapa aspek utama dari perubahan sosial ekonomi di kalangan pedagang.

1. Perubahan Sosial

- a. Pola Hidup: Peningkatan kesejahteraan yang diperoleh dari usaha perdagangan dapat berdampak pada perubahan pola hidup, seperti akses yang lebih baik terhadap pendidikan, layanan kesehatan, serta teknologi.
- b. Hubungan Sosial: Media sosial dan *e-commerce* semakin memudahkan pedagang dalam berinteraksi dengan pelanggan serta memperluas jaringan bisnis mereka. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperbesar peluang pasar.

- c. Mobilitas Sosial: Keberhasilan atau kegagalan dalam berdagang dapat mempengaruhi perubahan status sosial seseorang. Pedagang yang berhasil sering kali mengalami peningkatan taraf hidup dan dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian masyarakat sekitarnya.
- d. Pemanfaatan Teknologi: Seiring dengan perkembangan teknologi digital, semakin banyak pedagang yang memanfaatkan platform online untuk pemasaran dan transaksi. Penggunaan metode pembayaran digital, media sosial, dan *marketplace* menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing bisnis.
2. Perubahan Ekonomi
- a. Pendapatan: Fluktuasi pendapatan pedagang dipengaruhi oleh daya beli masyarakat, tingkat persaingan usaha, serta faktor eksternal seperti inflasi dan ketidakstabilan ekonomi. pedagang yang mampu menyesuaikan strategi bisnis dengan tren pasar cenderung memiliki pendapatan yang lebih terjaga.
- b. Akses Modal dan Investasi: Kemudahan atau kesulitan dalam memperoleh modal sangat menentukan perkembangan usaha pedagang. Bantuan dari pemerintah atau institusi keuangan dapat menjadi solusi bagi pedagang kecil untuk memperbesar skala usaha mereka.
- c. Biaya operasional: Kenaikan harga bahan baku, biaya sewa lokasi usaha, serta pajak dapat mempengaruhi tingkat keuntungan pedagang. Oleh karena itu, strategi efisiensi dalam pengelolaan biaya menjadi aspek penting dalam mempertahankan daya saing.

- d. Diverifikasi Usaha: Untuk tetap relevan dengan permintaan pasar, pedagang perlu menerapkan strategi diversifikasi, seperti menambah variasi produk, menyediakan layanan digital, atau memperluas jaringan distribusi (Nisa, 2020).

Dalam perubahan sosial ekonomi pedagang juga telah terdapat komponen yang menyangkut sosial dan ekonomi. Penetapan sosial-ekonomi relatif lebih sulit karena sebagaimana sifat manusia yaitu sesuai hubungan yang erat dan interaktif dalam setiap komponen. Beberapa komponen sosial ekonomi yang digunakan sebagai indikator sosial ekonomi pedagang secara umum tidak terpengaruh oleh jaringan dan pola-pola perkembangan tersebut. Sebagaimana dari paparan penjelasan di atas, dapat dirumuskan kerangka operasi dari dampak, baik positif maupun negatif yang dilihat dari sudut pandang:

1. Sosial

Menyangkut aspek hubungan antar manusia dan interaksi sosial pedagang baik secara individu maupun kelompok, serta yang berlaku pada tataran struktural dan budaya dengan faktor sosial lain yang mempengaruhi berjalannya kehidupan dan faktor sosial lainnya.

2. Ekonomi

Menyangkut aspek ketenagakerjaan, perkembangan struktur ekonomi, pada perubahan pendapatan nasional, serta perubahan kesempatan kerja yang ada, dan lain-lain (Pinasti, 2020).

2.2.4 Jenis-Jenis Pedagang Pasar

Pedagang adalah individu atau institusi yang menjual produk atau barang kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagai pelaku usaha, pedagang mencakup setiap warga negara Indonesia atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak, yang didirikan dan beroperasi dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia untuk menjalankan kegiatan di bidang perdagangan.

Dalam aktivitas perdagangan, terdapat beberapa pelaku kegiatan ekonomi, salah satunya adalah pedagang dan pembeli. Pedagang adalah individu yang menjalankan usaha di bidang penjualan. Sebagai pelaku ekonomi yang memiliki peran penting, pedagang menjadi penghubung antara produsen dan konsumen dalam sektor perdagangan. Tingkat kesejahteraan pedagang dapat diukur melalui pendapatan yang mereka peroleh. Secara etimologis, pedagang diartikan sebagai seseorang yang berdagang atau sering disebut saudagar. Sedangkan secara umum pedagang adalah individu yang melakukan aktivitas perdagangan dengan menjual produk atau barang yang bukan hasil produksinya sendiri untuk mendapatkan keuntungan (Abago & Rondonuwu, 2015).

Dengan diperolehnya keuntungan tersebutlah, yang merupakan hasil akhir yang ingin dicapai seorang pedagang. Keuntungan yang melimpah tentu akan menjadikan pedagang merasa berhasil dalam memasarkan produknya. Hal tersebut dikarenakan, dengan keuntungan yang banyak, pedagang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara lebih dari cukup (Alwi Musa Muzaiyin, 2018). Sementara itu, pedagang sendiri jenisnya bermacam-macam yaitu sebagai berikut:

1. Eksportir

Pedagang eksportir adalah pihak, baik individu, perusahaan, maupun badan usaha, yang terlibat dalam kegiatan perdagangan dengan tujuan menjual

barang atau produk ke pasar luar negeri. Mereka berfungsi sebagai penghubung atau pelaku usaha yang membeli barang dari produsen atau pemasok lokal untuk kemudian dipasarkan ke tingkat internasional.

2. Pedagang Importir

Pedagang importir merupakan individu, perusahaan, atau badan usaha yang beroperasi dalam perdagangan dengan tujuan memperoleh barang atau produk dari luar negeri untuk dibawa ke dalam negeri. Mereka berfungsi sebagai penghubung atau pelaku usaha yang membawa barang dari pasar internasional guna memenuhi permintaan pasar domestik. Tugas pedagang importir mencakup pengadaan, pengangkutan, serta pengelolaan distribusi barang impor sesuai dengan peraturan yang berlaku di negara penerima.

3. Pedagang Besar (Distributor)

Pedagang distributor merupakan pihak, baik individu, perusahaan, maupun badan usaha, yang berfungsi sebagai perantara dalam proses distribusi barang dari produsen menuju pedagang grosir, pengecer, atau konsumen akhir. Distributor memiliki peran krusial dalam menjamin ketersediaan produk di pasar dengan membeli barang dalam jumlah besar dari produsen dan mendistribusikannya ke berbagai saluran penjualan. Selain itu, mereka sering bertanggung jawab atas aktivitas seperti penyimpanan, pengangkutan, pemasaran, hingga layanan purna jual untuk produk yang mereka salurkan.

4. Pedagang Menengah (Grosir)

Pedagang grosir adalah individu atau perusahaan yang membeli barang dalam jumlah besar dari produsen atau distributor, lalu menjualnya kembali dalam jumlah yang lebih kecil kepada pengecer atau pedagang lainnya.

Mereka tidak menjual langsung kepada konsumen akhir, melainkan fokus pada penyediaan produk untuk pasar ritel. Pedagang grosir memiliki peran penting dalam rantai distribusi, memastikan produk tersedia di tingkat pengecer, dan sering kali menawarkan harga per unit yang lebih rendah karena pembelian dalam jumlah besar.

5. Pedagang Eceran

Pedagang eceran adalah individu atau entitas yang menjual barang langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah kecil atau satuan. Mereka bertindak sebagai penghubung antara pedagang grosir atau produsen dengan konsumen, menyediakan produk yang dibutuhkan untuk konsumsi pribadi dengan harga yang wajar. Pedagang eceran bisa beroperasi melalui berbagai saluran, seperti toko fisik, pasar, atau platform *E-Commerce*. Mereka umumnya menawarkan berbagai produk dalam jumlah terbatas dan mengutamakan pelayanan langsung kepada konsumen.

2.2.5 Konsep Revitalisasi Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, revitalisasi merupakan proses atau tindakan untuk menghidupkan atau mengingatkan kembali. Sementara itu, menurut Hery Suryadi, revitalisasi adalah usaha untuk mendaur ulang (*recycle*) dengan tujuan memberikan energi baru, meningkatkan energi yang sudah ada, atau bahkan mengembalikan energi yang pernah ada namun telah memudar. Revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan atau kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya. Ada beberapa tipe kawasan yang dapat diselesaikan dengan strategi revitalisasi contohnya seperti kota warisan budaya (*heritage town*), kota lama (*old town*), kawasan strategis

berpotensi ekonomi seperti pasar, permukiman kumuh, dan atau kawasan/permukiman yang vitalitasnya tidak berkembang (Ayu Ratih, Anna Pudianti, 2021).

Revitalisasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang menjadi tindakan perbuatan yang menjadi vital. Sedangkan kata vital merujuk pada arti penting untuk kehidupan dan sebagainya. Pengertian melalui bahasa lainnya revitalisasi memiliki pengertian sebagai proses, cara, dan atau perbuatan untuk menghidupkan atau meningkatkan kembali berbagai program kegiatan apapun. Lebih jelasnya revitalisasi adalah suatu upaya membangkitkan kembali vitalitas. Jadi dapat dipahami bahwa revitalisasi ini secara umum adalah usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu menjadi penting dan perlu dalam kehidupan (Anggreini, 2016).

Revitalisasi adalah program pemerintah yang bertujuan untuk menghidupkan kembali kawasan yang dulunya pernah berkembang namun kini mengalami penurunan. Konsep revitalisasi akan benar-benar efektif sebagai program pembangunan jika fokus utamanya terletak pada pengelolaan struktur manajemen yang baik oleh pihak yang kompeten, serta mengikuti pola perubahan yang terjadi. Revitalisasi bukan sekadar merombak bangunan pasar, melainkan lebih dari itu. Kegagalan revitalisasi dalam meningkatkan kondisi pedagang pasar tradisional mencerminkan kelemahan dalam manajemen pasar, yang disebabkan oleh pengelola yang belum menjalankan peran mereka secara optimal dan tidak didukung oleh prosedur operasional standar yang jelas.

Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan daya saing pasar tradisional agar tetap dapat bersaing dengan pasar modern. Menurut Paskarina dalam Mangeswuri dkk alasan utama dilakukannya revitalisasi pasar tradisional antara lain adalah perubahan pandangan terhadap pasar, yang sebelumnya

dianggap hanya sebagai tempat interaksi ekonomi, menjadi ruang publik. Fokus utamanya adalah pada perbaikan jalur distribusi komoditas yang diperdagangkan. Selain itu, pembangunan pasar diharapkan tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan finansial, melainkan sebagai upaya untuk mendukung peningkatan perekonomian pedagang kecil, yang juga memerlukan keterlibatan pengembang untuk pengelolaan yang lebih kreatif(Alfianita et al., 2017).

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang dijelaskan dalam Pasal 13. Pasal ini mengamanatkan agar Pemerintah bekerjasama dengan Pemerintah Daerah untuk melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat guna meningkatkan daya saing(Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014, 2014). Langkah-langkah tersebut mencakup:

1. Pembangunan dan/atau revitalisasi Pasar Rakyat
2. Penerapan manajemen pengelolaan yang professional
3. Penyediaan fasilitas akses barang dengan mutu baik dan harga bersaing
4. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di Pasar Rakyat.

Penyediaan fasilitas akses pembiayaan bagi pedagang di Pasar Rakyat Revitalisasi adalah proses yang perlu dijalani oleh pasar tradisional agar dapat bersaing di era globalisasi. Munculnya pasar modern dan minimarket dengan fasilitas lengkap akan mengurangi peran pasar tradisional. Revitalisasi merupakan upaya untuk menghidupkan kembali suatu area atau bagian kota yang dulunya berkembang pesat, tetapi kini mengalami penurunan akibat perubahan zaman. Sebagai kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi ini terbagi dalam beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu, berikut aspek-aspek dalam upaya proses revitalisasi:

1. Intervensi fisik

Intervensi fisik merupakan awal dari kegiatan fisik suatu revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, seperti perbaikan dan peningkatan kualitas terhadap kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame, dan ruang terbuka kawasan. Intervensi fisik juga perlu memerhatikan isu lingkungan (*environmental sustainability*) yang ada, karena isu lingkungan menjadi salah satu aspek penting.

2. Rehabilitasi ekonomi

Rehabilitasi ekonomi adalah suatu upaya yang perlu didorong dalam proses revitalisasi, dimulai dengan pembaruan artefak urban. Pengembangan fungsi campuran dalam konteks revitalisasi sangat penting untuk mendorong terciptanya aktivitas ekonomi dan sosial yang baru (*vitalitas baru*).

3. Revitalisasi sosial/Institusional

Revitalisasi suatu kawasan dapat diukur keberhasilannya jika upaya tersebut berhasil menciptakan lingkungan yang menarik. Revitalisasi ini juga harus mampu memberikan dampak positif serta meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat (*public realm*). Untuk menciptakan lingkungan sosial yang memiliki identitas (*place marking*), proses perancangan dan pembangunan kota perlu didukung oleh pengembangan institusi yang baik.

2.2.6 Jenis-Jenis Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), atau Badan

Usaha Milik Daerah (BUMD), termasuk melalui kerja sama dengan pihak swasta. Pasar tradisional ini terdiri dari tempat usaha seperti toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, masyarakat swadaya, atau koperasi, dengan modal dan usaha kecil serta proses jual beli barang yang dilakukan melalui tawar-menawar (Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, 2007).

Pasar tradisional juga merupakan pasar yang digunakan sebagai tempat transaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pengunjung secara bertatap langsung. Pasar tradisional adalah bagian dari aspek ekonomi yang pada dasarnya pasar tradisional hadir untuk memberikan kemudahan dan kesejahteraan masyarakat dalam suatu daerah (Yuli, Bustami Usman, 2023). Dalam hal ini pasar merupakan elemen yang penting bagi pertumbuhan ekonomi. Pasar dapat dimanfaatkan sebagai tempat mata pencaharian oleh sebagian masyarakat serta merupakan tempat terjadinya interaksi sosial dan budaya. Menurut (Polany & Karl, 2003) pasar merupakan sebuah institusi yang digunakan sebagai arena praktik transaksi ekonomi langsung, dan telah ada sejak manusia mulai mengenal pertukaran dalam bentuk pemenuhan kebutuhan hidupnya (Mokodompit & Nusi, 2022).

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, yang lebih jelasnya, pada daerah, tempat, wilayah, area yang memiliki kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga. Secara garis besar, sistem ekonomi dapat dibedakan menjadi tiga bentuk yaitu: ekonomi pasar, ekonomi campuran dan ekonomi perencanaan pusat. Ekonomi pasar adalah bentuk perekonomian yang dalam kegiatannya dikendalikan oleh interaksi antar pembeli dan penjual yang berada di dalam lingkup pasar. Ekonomi campuran merupakan sistem ekonomi pasar yang dalam kegiatannya disertai oleh campur tangan pemerintah. Sedangkan sistem ekonomi perencanaan pusat merupakan

sistem ekonomi yang kegiatannya diatur oleh pusat (Rizki Maulana, 2021).

Menurut para ekonom, pasar dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu:

1. Pasar output (pasar barang atau pasar produksi), yang merupakan tempat transaksi untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan.
2. Pasar input (pasar faktor produksi), yaitu tempat di mana jasa faktor produksi dijual.

Sadono Sukirno juga menjelaskan bahwa pasar, sebagai tempat terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual, dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Pasar barang, yaitu tempat di mana pembeli dan penjual barang atau jasa berinteraksi untuk menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan.
2. Pasar faktor, yaitu tempat di mana pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) berinteraksi dengan pemilik faktor produksi untuk menetapkan harga (pendapatan) dan jumlah faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pasar tradisional bukan hanya sekedar sebagai tempat jual beli, akan tetapi pasar merupakan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya. Pasar tradisional tidak hanya mewadahi kegiatan ekonomi, melainkan dapat dijadikan wadah sebagai interaksi sosial budaya, dan sekaligus sarana rekreasi (Pamardhi, Aliyah, 2017). Interaksi yang terjalin antara penjual dan pembeli di pasar dapat menumbuhkan perilaku atau sikap penduduk dan identitas asli yang dimiliki, sehingga identitas ini dapat dijadikan potensi yang dikembangkan sebagai peluang untuk menarik para pembeli. Oleh sebab itu melestarikan kegiatan dan interaksi sosial dalam pasar tradisional merupakan hal yang penting (Sutrisnawati et al., 2021).

Pasar tradisional adalah pasar yang menjual barang secara eceran. Jenis-jenis pasar tradisional berdasarkan sifat dan jenis kegiatannya antara lain:

1. Pasar Eceran: Pasar yang menjual berbagai macam barang dalam jumlah kecil, seperti per ikat, per buah, per kilo, dan sebagainya.
2. Pasar Induk: Pasar yang terdiri dari kegiatan perdagangan seperti pusat pengepul, pusat pelelangan, pusat penyimpanan, dan pusat penyaluran, seperti pasar induk sayur, buah-buahan, beras, dan sebagainya.
3. Pasar Khusus: Pasar yang hanya menjual jenis barang tertentu, seperti pasar ikan, pasar burung, dan lain-lain.

Menurut jenis barang dagangan yang dijual, cara pengelolaan, dan kondisi barang yang diperdagangkan, dibedakan sebagai berikut:

1. Pasar Basah: Pasar yang umumnya menjual barang-barang yang mudah rusak atau cepat basi, seperti ikan, daging, sayuran, buah-buahan, dan produk pangan lainnya yang membutuhkan perawatan khusus agar tetap terjaga kesegarannya, ciri khas pasar basah adalah bau yang lebih tajam dan suasana yang lebih lembab, karena barang-barang yang dijual biasanya dalam kondisi segar.
2. Pasar Kering: Pasar yang umumnya menjual produk-produk yang tahan lama dan tidak memerlukan perlakuan khusus dalam penyimpanannya, seperti pakaian, peralatan rumah tangga, aksesoris, serta berbagai bahan kering lainnya. Barang-barang tersebut umumnya tidak memerlukan penanganan khusus dan tidak terpengaruh oleh suhu atau kelembapan, sehingga lebih mudah disimpan dan dijual dalam jangka panjang. Suasana pasar kering biasanya lebih kering dan lebih terorganisir dibandingkan dengan pasar basah.

Menurut cakupan pelayanan dan potensi pasar, dibedakan sebagai berikut:

1. Pasar Lingkungan: Pasar yang melayani lingkungan permukiman di sekitar pasar tersebut, dengan barang yang dijual umumnya merupakan kebutuhan sehari-hari.
2. Pasar Wilayah: Pasar yang mencakup beberapa lingkungan permukiman, dengan jenis barang yang dijual lebih beragam dibandingkan pasar lingkungan.
3. Pasar Kota: Pasar yang melayani wilayah kota dengan penawaran barang yang lebih lengkap.
4. Pasar Regional: Pasar yang mencakup kawasan ibu kota provinsi dan area sekitarnya.

Pasar tradisional dapat dibedakan berdasarkan waktu kegiatannya sebagai berikut:

1. Pasar Siang Hari, yaitu pasar yang beroperasi antara pukul 05.00-18.00.
2. Pasar Malam Hari, yaitu pasar yang beroperasi antara pukul 18.00-05.00.
3. Pasar Siang dan Malam Hari, yaitu pasar yang beroperasi sepanjang hari.
4. Pasar Darurat, yaitu pasar yang beroperasi hanya pada waktu tertentu, seperti saat peringatan atau hari-hari khusus, yang biasanya menggunakan jalan atau tempat umum dengan izin dari kepala daerah.

Sedangkan berdasarkan status kepemilikannya, pasar dapat dikategorikan sebagai:

1. Pasar Pemerintah, yaitu pasar yang dikelola oleh pemerintah pusat atau daerah.
2. Pasar Swasta, yaitu pasar yang dikelola oleh pihak swasta yang mendapat izin dari pemerintah daerah.

3. Pasar Liar, yaitu pasar yang kegiatannya tidak diatur oleh pemerintah daerah dan keberadaannya disebabkan oleh kurangnya fasilitas pasar serta tidak meratanya lokasi pasar. Pasar ini biasanya dikelola oleh individu atau ketua RW setempat (Permendag, 2021).

Keberadaan dan perkembangan pasar tradisional akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap suatu peningkatan dan peluang kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi, pendapatan rata-rata masyarakat, serta penurunan tingkat kemiskinan. Selain itu pasar tradisional dapat menyerap tenaga kerja/buruh, serta menjadi tempat pemasok barang bagi masyarakat yang memiliki usaha kecil seperti warung permukiman. Dengan adanya hal tersebut terdapat strategi manajemen pemasaran tradisional dalam lingkup pasar tradisional diantaranya yaitu:

1. *Product* (produk), adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada suatu pasar untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. *Price* (harga), merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk/jasa.
3. *Place* (tempat/lokasi), adalah berbagai kegiatan yang dilakukan agar produk/jasa dapat diperoleh dan tersedia bagi pasar.
4. *Promotion* (promosi), adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk/jasa.
5. *People* (orang), adalah semua pelaku yang menjalankan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.
6. *Physical evidence* (bukti fisik), merupakan lingkungan fisik yang dimana jasa dapat disampaikan dan dapat berinteraksi dengan konsumennya pada setiap komponen tangible yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa tersebut.
7. *process* (proses), adalah prosedur terkini, mekanisme dan alur penyampaian jasa (Timoer & Trenggana, 2019).

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori Fungsionalisme Struktural (AGIL) Talcott Parsons

Dalam penelitian ini, masalah yang berada dilapangan akan dibedah dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh tokoh sosiologi modern Talcott Parsons, yaitu teori stuktural fungsional yang merupakan teori yang masuk dalam padaradigma fakta sosial. Teori ini memiliki pengaruh yang sangat besar dalam keilmuan sosial termasuk sosiologi, dimana teori ini berbicara mengenai masyarakat merupakan bagian dari suatu sistem sosial yang terdiri dari struktur-struktur yang saling berkaitan dan menyatu sehingga menimbulkan suatu keseimbangan. Teori struktural fungsional lebih menekankan pada keteraturan sistem atau struktur. Dalam teori ini juga lebih memfokuskan kajiannya terhadap suatu fakta sosial yang lainya(George Ritzer, 2011).

Teori struktural fungsional awal mulanya lebih dikenal atau disebut dengan teori integrasi, karena teori ini membahas tentang integrasi yang terjadi dalam suatu masyarakat. Elemen pada masyarakat telah menyatu dengan sistem yang berada di dalamnya sehingga berfungsi dengan baik yang menciptakan suatu kesimbangan. Ketika masyarakat hendak menciptakan suatu kesetabilan dan keharmonisan dalam lingkungan atau pada suatu lembaga, maka struktur dan sistem yang berada didalamnya juga harus fungsional. Karena pada dasarnya tujuan utama dari teori struktural fungsional Talcott Parsons yaitu menciptakan suatu keteraturan sosial dalam masyarakat. Pada teori ini memandang bahwa integrasi yang ada dalam masyarakat akan berjalan dengan baik dan normal apabila elemen atau *actor-actor* yang berkaitan telah mampu dalam menjalankan fungsi dan strukturnya(George Ritzer, 2011).

Teori struktural fungsional yang dikemukakan oleh Talcott Parsons beranggapan bahwa setiap struktur dalam sistem sosial pada masyarakat akan berfungsi pada tatanan atau struktur yang lainnya. Oleh sebab itu apabila suatu sistem atau struktur pada suatu masyarakat tidak ada dan tidak berfungsi, maka undang-undang dalam lingkungan masyarakat juga tidak ada atau bahkan menghilang dengan sendirinya. Begitupun sebaliknya, apabila masyarakat tidak dapat memerankan fungsinya dengan baik, maka struktur tersebut juga tidak akan berjalan. Karena pada dasarnya struktur dan fungsi dalam masyarakat sangat berhubungan erat dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Teori struktural fungsional ini memandang bahwa realitas sosial yaitu sebagai hubungan sistem pada masyarakat, dengan kata lain masyarakat yang berada di dalam keseimbangan yang merupakan kesatuan dan terdiri dari bagian-bagian yang saling ketergantungan. Sehingga ketika sistem atau struktur sosial mengalami suatu perubahan, maka secara otomatis akan menimbulkan perubahan pada sistem yang lainnya. Teori ini telah mengkaji fungsi atau peran dalam suatu institusi sosial dan struktur sosial, serta tindakan sosial tertentu dalam suatu masyarakat. Selain itu teori ini mengkaji mengenai pola hubungan dengan komponen-komponen sosial lainnya (Wirawan, 2012).

Dalam pembahasan yang mengenai teori struktural fungsional, Talcott Parsons menerangkan bahwa sistem sosial yang berada dalam masyarakat terdiri atas beberapa aktor individu, yang mana aktor individu telah melakukan interaksi dengan individu lainnya secara terstruktur dalam suatu institusi atau lembaga. Talcott Parsons pada teorinya struktural fungsional telah memfokuskan kajiannya terhadap beberapa sistem dan struktur sosial dalam masyarakat yang didalamnya masyarakat akan saling

mendukung untuk menciptakan suatu keseimbangan yang dinamis(Goodman, 2005). Pada teori struktural fungsional yang telah dikemukakan oleh Talcott Parsons terdapat empat konsep yang dikenal dengan singkatan AGIL yang dalam pelaksanaannya harus dimiliki oleh suatu sistem atau struktur, yaitu:

1. *Adaptation* (Adaptasi)

Adaptasi merupakan keadaan suatu sistem atau struktur sosial harus mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar serta dapat menyesuaikan lingkungan tersebut dengan kebutuhannya. Dengan kata lain, sistem tersebut harus mampu menghadapi situasi eksternal yang berubah.

2. *Goal attainment* (Pencapaian Tujuan)

Merupakan sebuah sistem atau struktur sosial yang harus memiliki kemampuan untuk menetapkan dan merumuskan, serta mencapai tujuan utamanya.

3. *Integration* (Integrasi)

Merupakan sebuah sistem integrasi atau struktur sosial yang harus mampu mengatur antara hubungan bagian-bagaian yang menjadi komponennya, dan harus bisa mengelola antara hubungan ketiga fungsi lainnya (*adaptation, goal attainment, latency*). Sehingga dapat menciptakan suatu hubungan yang membentuk kesatuan yang harmonis antar komponen.

4. *Latency* (Pemeliharaan Pola)

Pemeliharaan pola merupakan suatu sistem atau struktur sosial yang harus melengkapi, memelihara, dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan mendukung motivasi kepada individu maupun tatanan kebudayaan itu sendiri(George Ritzer, 2019).

Pada empat konsep yang telah dijelaskan diatas menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan sistem atau struktur sosial dalam masyarakat, empat konsep (AGIL) tersebut diperlukan karena sebagai pondasi agar sistem atau struktur sosial dapat terus bertahan. Kajian pada teori ini dikonsentrasikan pada bagaimana cara masyarakat dalam mempertahankan suatu keteraturan dengan berbagai elemen. Maka, pada penelitian ini peneliti menggunakan teori struktural fungsional dengan menggunakan empat konsep yaitu: *Adaptation*, *Goal attainment*, *integration*, dan *Latency* (AGIL).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori fungsionalisme struktural dengan konsep AGIL yang dikemukakan oleh Talcott Parsons karena, teori tersebut pada penelitian ini sangat berpengaruh terhadap strategi adaptasi sosial ekonomi pedagang pasca revitalisasi Pasar Pon Kabupaten Trenggalek terlebih pada konsep AGIL yang mana pada keempat konsep tersebut dapat menganalisis permasalahan-permasalahan yang diangkat oleh peneliti khususnya pada keempat poin AGIL yaitu *adaptation* (adaptasi), *Goal attainment* (Pencapaian Tujuan) , *Intergration* (Integrasi) dan *latency* (pemeliharaan pola), .

Pada poin adaptasi telah dijelaskan bahwa dalam suatu sistem atau struktur sosial harus mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar serta dapat menyesuaikan lingkungan tersebut dengan kebutuhannya. Adaptasi ini diperlukan oleh pedagang Pasar Pon Kabupaten Trenggalek sebagai cara untuk bertahan dengan adanya revitalisasi atau perubahan yang terjadi pada lingkungan pasar disekitarnya. Adaptasi ini menggambarkan kemampuan pedagang dalam proses menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi fisik Pasar Pon Kabupaten Trenggalek dan kebijakan yang telah berlaku setelah adanya revitalisasi. Ketika sebuah sistem telah berhadapan dengan situasi eksternal, secara tidak langsung sistem harus beradaptasi dengan hal tersebut serta menyesuaikan diri dengan apapun yang telah menjadi situasi pada eksternal tersebut (Muhsin et al., 2022).

Sedangkan pada poin *goal attainment*/pencapaian tujuan menggambarkan upaya pedagang untuk meningkatkan pendapatan dan mempertahankan pelanggan. Kemudian pada poin *integration*/intergrasi menekankan pentingnya koordinasi dan solidaritas antar pedagang serta pengelola pasar pasca revitalisasi Pasar Pon. Terakhir yaitu poin *latency* atau pemeliharaan pola, dalam hal ini menyoroti pentingnya mempertahankan norma dan nilai sosial yang telah ada sebelum adanya revitalisasi agar proses adaptasi berjalan dengan stabil dan berkelanjutan. Dalam sebuah sistem tentunya jika ingin tetap berjalan, maka sistem tersebut harus mampu mengatur hubungan di antara berbagai bagian yang menjadi komponennya (Goodman, 2005). Strategi dalam sistem ini sangat diperlukan oleh pedagang Pasar Pon Kabupaten Trenggalek karena dengan adanya strategi tersebut pedagang dapat beradaptasi dengan mudah dan terstruktur.

Dengan memahami keempat elemen AGIL ini strategi adaptasi pedagang dapat dikaji secara holistik dan mendalam untuk mencapai keseimbangan dalam tatanan pasar yang baru. Oleh karena itu teori fungsionalisme struktural (AGIL) yang dikemukakan oleh Talcott Parsons digunakan dalam penelitian ini sebab pada dasarnya tujuan utama dari teori struktural fungsional Talcott Parsons yaitu menciptakan suatu keteraturan sosial dalam masyarakat. Teori ini juga memandang bahwa integrasi yang ada dalam masyarakat akan berjalan dengan baik dan lancar apabila elemen atau aktor-aktor yang berkaitan telah mampu dalam menjalankan fungsi dan strukturnya (George Ritzer, 2019), sehingga teori ini dapat membantu dalam memecahkan permasalahan pada penelitian ini khususnya pada “Strategi Adaptasi Sosial Ekonomi Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Tradisional Pon Kabupaten Trenggalek.