

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu bahan pertimbangan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Pemaparan penelitian terdahulu ini berfungsi sebagai referensi dan pendukung dalam pengkajian pada penelitian penulis. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel. 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	PEMBAHASAN	KESAMAAN DAN PERBEDAAN
1.	Nurul Mahmudah (2016) PENINGKATAN PENGETAHUAN MANAJEMEN USAHA DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI ANDROID (AKUNTANSI UMKM) PADA PAGUYUBAN IBU-IBU PEDAGANG KELONTONG KELURAHAN MARGADANA	Akuntansi adalah suatu proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan dilakukannya penilaian dan pengambilan keputusan secara jelas dan tegas bagi pihak-pihak yang menggunakan informasi	Kesamaan : Paguyuban adalah suatu organisasi yang di bentuk masyarakat setempat atau kelompok-kelompok individual (membentuk organisasi) untuk memudahkan pencapaian suatu tujuan. Perbedaan : Dalam Penelitian yang dilakukan penulis berfokus dalam pengimplementasian perubahan tentang segi fisik maupun non-fisik dalam konteks daya saing setelah terjadinya revitalisasi pasar tradisional oro-oro dowo di Kota Malang.

	<p>tersebut. Dari pengertian di atas terkandung tujuan utama akuntansi adalah menghasilkan atau menyajikan informasi ekonomi (<i>economic information</i>) dari suatu kesatuan ekonomi (<i>economic entity</i>) kepada pihak-pihak yang berkepentingan.</p>	
--	---	--



2.	<p>Nel Arianty (2013)</p> <p>ANALISIS PERBEDAAN PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI STRATEGI TATA LETAK (LAYOUT) DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN POSISI TAWAR PASAR TRADISIONAL</p>	<p>Pasar menjadi sarana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pemenuhan barang yang dikehendaki. Dalam konteks kajian ini, dibatasi pada keberadaan pasar secara konkret dimana terdapat lokus kajian yang nyata dan aktor yang langsung terlibat dalam transaksi yang dilakukan. Secara umum karakteristik pasar dalam bentuk ini terbagi dalam bentuk pasar tradisional dan pasar modern. Hal pokok yang mencirikannya adalah system manajemen pasar, kualitas interaksi dan transaksi serta</p>	<p>Kesamaan : Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisa pasar tradisional dan pasar modern.</p> <p>Perbedaan : Dalam penelitian penulis berfokus kepada peningkatan daya saing setelah terjadinya revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan pemerintah di pasar tradisional oro-oro dowo Kota Malang.</p>
----	--	---	--

		fasilitas fisik yang diberikan.	
3.	Ella Alfianita (2015) REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF GOOD GOVERNANCE (STUDI DI PASAR TUMPANG KABUPATEN MALANG)	<p>Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional di Pasar Tumpang sudah berjalan dengan baik.</p> <p>Sesuai dengan perspektif <i>good governance</i>, pernyataan tersebut didasarkan atas upaya kerja sama/sinergi yang baik dari ketiga aktor.</p> <p>Bentuk dan pola kerja sama yang terwujud dalam proses revitalisasi Pasar Tumpang termasuk dalam bentuk kerja sama <i>written agreements</i> dan <i>joint service</i>. Pada proses revitalisasi Pasar</p>	<p>Kesamaan : Kesamaan yang berada pada penelitian ini sama-sama mengkaji tentang revitalisasi pasar dalam tata cara pengelolaan yang baik dan pengimplementasian perubahan yang dilakukan guna meningkatkan pengelolaan di pasar tradisional.</p> <p>Perbedaan : Dalam penelitian yang dilakukan, penulis melihat tentang kerja sama atau hubungan yang terjalin di pasar tradisional oro-oro dowo guna mencapai dengan mudah tujuan pengemplementasian pengelolaan pasar tradisional dalam konteks daya saing dengan pasar modern di pasar oro-oro dowo Kota Malang.</p>

		<p>Tumpang telah mengacu pada prinsip-prinsip <i>good governance</i>, diantaranya adalah akuntabilitas, partisipasi, <i>predictability (rule of law)</i>, dan transparansi.</p>	
4.	<p>Arip Rahman Sudrajat (2018) PERUMUSAN STRATEGI PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SUMEDANG</p>	<p>Pasar tradisional merupakan salah satu fasilitas umum yang keberadaannya sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya untuk memenuhi salah satu kebutuhan pokok manusia, yaitu dalam hal pangan dan sandang. Di tengah pembangunan</p>	<p>Kesamaan : kesamaan yang ada pada penelitian ini, merupakan kesamaan yang terjadi dalam strategi pengelolaan yang ada di pasar tradisional.</p> <p>Perbedaan : dalam penelitian yang dilakukan, penulis lebih berfokus kepada perubahan yang terjadi setelah pasar direvitalisasi dan pengemplantasian pengelolaan dalam konteks daya saing dengan pasar modern.</p>

		<p>bangsa Indonesia yang lebih berpihak pada pelaku usaha menengah ke bawah, peran pasar tradisional sangatlah penting. Sayangnya peran pasar tradisional yang semestinya menjadi pilar pembangunan ekonomi kerakyatan, justru terabaikan.</p>	
5.	<p>K Kussudyarsana (2019) ANALISA DAYA SAING PASAR TRADISIONAL TERHADAP PASAR MODERN DI SUKOHARJO</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi daya saing pasar tradisional, serta merumuskan strategi yang dapat dilakukan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan</p>	<p>Kesamaan : Persamaan dalam penelitian ini antara lain ialah sama-sama mengkaji atau menganalisis pasar tradisional dengan pasar modern yang dimana analisis tersebut berkaitan dengan daya saing</p> <p>Perbedaan : Perbedaan yang ada dalam penelitian ini, peneliti berfokus kepada konteks revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan pemerintah di pasar</p>

		<p>kualitatif.</p> <p>Penelitian tentang analisis daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern di laksanakan di Kabupaten Sukoharjo.</p>	<p>tradisional oro-oro dowo Kota Malang</p>
6.	<p>Hartono (2020)</p> <p>Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec. Laren Kabupaten Lamongan</p>	<p>Penelitian ini antara lain ialah ingin mengetahui pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Dagang Bermerek (Pejantan di Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kecamatan Laren Kabupaten lamongan. Variabel bebas yang diteliti adalah dampak Revitalisasi Pasar (X) Dengan variabel terikat adalah Pendapatan Pedagang. (Y) di Pasar Tradisional</p>	<p>Kesamaan : Penelitian ini antara lain ialah sama-sama ingin mengetahui dampak atau perubahan yang dilakukan pemerintah dalam revitalisasi tersebut guna meningkatkan UMKM masyarakat.</p> <p>Perbedaan : Perbedaan penelitian ini antara lain, peneliti lebih berfokus kepada hubungan yang terjalin dalam pengelolaan guna meningkatkan daya saing dengan pasar tradisional.</p>

	Desa Bulubangsi Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Pasar Tradisional Bulubrangsi yang rutin berjualan di pasar tersebut setiap hari.
--	--

Berdasarkan uraian tabel di atas yang memuat tentang penelitian terdahulu maka dapat dilihat bahwa dari keenam judul penelitian terdahulu tersebut memiliki tema yang sama yaitu sama-sama mengkaji tentang albitrasi atau tanggung jawab paguyuban dalam revitalisasi pasar tradisional. Meskipun memiliki kesamaan namun setiap penelitian memiliki focus yang berbeda-beda dengan hasil temuan yang berbeda pula.

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Pembangunan Sektor Publik

Pembangunan sektor publik merupakan suatu usaha atau rangkaian kegiatan usaha pertumbuhan dan perubahan yang terencana dan dilaksanakan untuk sektor ekonomi yang menyediakan berbagai layanan pemerintah kepada masyarakat. Ruang lingkup ekonomi sektor publik yakni pemberian pelayanan dengan mengutamakan pelayanan yang terjangkau untuk masyarakat, atau dalam arti lain penyediaan barang oleh pemerintah melalui dana pajak, sepenuhnya milik publik dan semua warga negara berhak menikmatinya.

Menurut Guritno (2002;2), ilmu ekonomi publik adalah cabang ilmu ekonomi yang menelaah masalah-masalah ekonomi khalayak ramai (publik/masyarakat,pemerintah/negara) seperti kebijakan subsidi/pajak, regulasi/deregulasi, nasionalisasi/privatisasi, sistem jaminan sosial, ketahanan pangan, kebijakan teknologi, pertahanan dan keamanan, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Kekuasaan Negara dapat dipisahkan menjadi kekuasaan legislative, eksekutif, dan yudikatif. Dalam prakteknya, kekuasaan eksekutif (pemerintah) paling berpengaruh terhadap suatu perekonomian.

UU Tahun 1967, No 1 Pasal 4 menyatakan bahwasannya, Pemerintah menetapkan daerah berusaha perusahaan - perusahaan modal asing di Indonesia dengan mengendalikan perkembangan ekonomi nasional maupun ekonomi daerah, macam perusahaan, besarnya penanaman modal dan keinginan pemilik modal asing sesuai dengan rencana pembangunan Ekonomi Nasional dan Daerah. Dalam perspektif sosiologis, prioritas pembangunan adalah usaha untuk mencapai perbaikan ekonomi secara menyeluruh dan sebagai upaya pemberantasan angka kemiskinan. Pembangunan dilaksanakan atas dasar aspirasi masyarakat yang menghendaki peningkatan taraf hidup menjadi lebih baik, dengan visi dan misi kepemimpinan yang kondusif yang memiliki visi prospektif jauh ke depan untuk memajukan masyarakat (Adon Nasrullah Jamaludin, 2016).

Tujuan dari pembangunan ekonomi daerah untuk meningkatkan daya beli masyarakat atau dengan kata lain untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, kesejahteraan masyarakat bisa meningkat bila ada peluang

kerja yang dapat menampung kegiatan masyarakat terutama yang berkaitan dengan ekonomi masyarakat baik dalam meningkatkan jumlah kegiatan maupun meningkatkan jenis peluang kerja tersebut. Hal tersebut perlunya perencanaan pembangunan terutama pada daerah-daerah tertinggal (Arsyad, Lincolin. 2000).

Pembangunan ekonomi yang tinggi berdampak baik untuk intasi dan masyarakat, dalam pembangunan ekonomi bisa membuat pemasukan negara dan kesejahteraan masyarakat akan meningkat. Masyarakat memiliki kesempatan untuk melakukan pilihan, baik untuk mengonsumsi atau memproduksi. Hal itu dikarenakan peningkatan pendapatan masyarakat dan berkurangnya jumlah masyarakat yang menganggur. Sehingga masyarakat bisa sejahtera hidupnya dan ekonominya menjadi layak.

2.2.2 Revitalisasi

Revitalisasi adalah suatu proses atau cara dan perbuatan untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya terberdaya sehingga revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk menjadi vital, sedangkan kata vital mempunyai arti sangat penting atau sangat diperlukan sekali untuk kehidupan dan sebagainya. Revitalisasi dapat berbentuk tahapan proses, cara, strategi menghidupkan atau menghidupkan kembali dari perencanaan awal yang belum tercapai.

Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat.

Keterlibatan yang dimaksud bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas (Laretna, 2002).

Pengertian dari revitalisasi bisa berarti proses, cara dan atau perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali berbagai program kegiatan apa pun. Sehingga secara umum pengertian dari revitalisasi merupakan usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu itu menjadi penting dan perlu sekali.

Adapun tujuan revitalisasi pasar tradisional sendiri bertujuan meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern. Sehingga pasar tradisional ataupun bisa disebut dengan pasar rakyat ini bisa menjadi suatu tempat jual beli yang masih dilakukan tradisional atau menjual dengan tempat yang bersih dan nyaman.

Program revitalisasi pasar rakyat merupakan pelaksanaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2) dan (3) yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna peningkatan daya saing dalam bentuk pembangunan dan/ atau revitalisasi pasar rakyat, implementasi manajemen pengelolaan yang profesional, fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing, dan fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat.

Adapun maksud dan tujuan revitalisasi atau pembangunan pasar rakyat antara lain:

1. Mendorong agar pasar rakyat lebih modern dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern, sehingga dapat meningkatkan omset pedagang pasar rakyat.
2. Meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah.
3. Mewujudkan Pasar rakyat yang bermanajemen modern, lebih bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman, sehingga dapat menjadi tujuan tetap belanja konsumen serta referensi dalam pembangunan pasar-pasar lainnya. Konsep dan Prinsip Revitalisasi Pasar Rakyat Program revitalisasi pasar rakyat Kemendag RI bukan hanya menyentuh perbaikan dari sisi perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya dan manajemen.

2.2.3 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Pembangunan ekonomi suatu daerah atau suatu negara pada sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi dan lain-lain. Indonesia sebagai sebuah negara dimana pembangunan nasionalnya pada hakikatnya memiliki salah satu tujuan yaitu memajukan kesejahteraan umum. Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah.

Menurut Tambunan, (2012:22) Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan

oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. UMKM memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu:

- Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).
- Penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Menurut Rudjito (2003) Mengemukakan bahwa, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara, UMKM dapat menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah. UMKM juga berperan dalam membentuk dan menyumbang produk domestik bruto.

Terdapat tiga peran UMKM atau kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi:

1. Sarana pemerataan tingkat perekonomian rakyat kecil
UMKM berperan dalam pemerataan tingkat perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat. UMKM bahkan menjangkau daerah yang pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

2. Sarana mengentaskan kemiskinan UMKM berperan untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan sebab angka penyerapan tenaga kerja terhitung tinggi.
3. Sarana pemasukan devisa bagi negara UMKM menyumbang devisa bagi negara sebab pasarnya tidak hanya menjangkau nasional melainkan hingga ke luar negeri.

2.2.4 Ekonomi Pasar

Altwater, E. (1993) berpendapat bahwa ekonomi pasar adalah sebuah sistem ekonomi yang menetapkan keputusan terkait investasi, produksi, dan distribusi dilandaskan pada hubungan antara permintaan dan penawaran yang menentukan harga-harga barang dan jasa. Ciri utama ekonomi pasar, pengambilan keputusan investasi atau alokasi barang produsen lewat pasar modal dan keuangan. Dalam ekonomi pasar, masalah-masalah ekonomi sepenuhnya ditangani oleh pasar. Pengendalian pasar ditentukan oleh harga yang ditetapkan dan cara yang dipilih oleh produsen dan konsumen dalam proses produksi dan konsumsi.

Jenis ekonomi pasar terbagi menjadi dua antara lain ekonomi pasar dan ekonomi pasar bebas. Ekonomi pasar bebas sendiri bertujuan membentuk pemikiran ekonomi pasar dengan model ekonomi kapitalis. Dalam ekonomi pasar bebas, pelaku ekonomi dapat mengadakan tindakan ekonomi sesuai dengan keinginan dan kemampuannya. Prinsip dasar dari ekonomi pasar bebas adalah kapitalisme yang mengutamakan gaya hidup. Para pelaku ekonomi pasar bebas akan menjadikan kapitalisme sebagai gaya hidup dan ideologi. Ekonomi pasar bebas juga berasal dari pemikiran filsafat

liberalisme. Setiap tindakan ekonomi di dalam pasar akan mempunyai motif ekonomi yang mengutamakan kepentingan individu. Ekonomi pasar bebas yang terbentuk dari kapitalisme merupakan dampak dari tanggap bersama masyarakat terhadap perilaku individual.

Sosiologi memandang pasar sebagai fenomena yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan (Damsar dan Indrayani, 2009:254). Menurut J.Smelser (1987), teori ekonomi merupakan bagian dari teori sistem sosial dan diperlukan suatu analisis yang melihat bagaimana tindakan ekonomi turut ambil bagian dalam konteks institusi ekonomi.

Kelebihan Sistem ekonomi pasar yang dilakukan dengan jujur melalui persaingan bebas akan memberikan perkembangan perdagangan yang positif. Salah satu diantaranya dalam pemenuhan kekayaan intelektual. Sistem monopoli pada ekonomi pasar berlaku atas kekayaan ini. Ekonomi pasar bisa mengembangkan reka cipta masyarakat dalam mengembangkan produk-produk barang dan jasa yang baru. Selain itu, pemiliki hak cipta mendapatkan jaminan atas hak paten, merek, desain, dan rahasia dagang yang memiliki hak monopoli atau hak-hak khusus lainnya.

Namun jika ekonomi pasar yang bergantung pada prinsip materialisme bisa berdampak pada ketidakstabilan ekonomi dunia. Materialisme merupakan pandangan yang berisi sikap, keyakinan, dan nilai-nilai hidup

yang menekankan dan mementingkan kepemilikan barang-barang dan kekayaan material di atas nilai-nilai hidup lain, seperti spiritual, intelektual, sosial, dan budaya. Dalam ekonomi pasar, pelaku ekonomi mempunyai hak untuk mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya melalui analisis pasar. Pasar menjadi pemeran utama dalam mengatur segala jenis kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi.

2.2.5 Pasar Tradisional

Pasar atau pekan, secara lengkap disebut pasar tradisional, adalah tempat orang melakukan jual beli. Lebih lengkapnya, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Pasar umumnya terdiri dari kios, toko, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual atau pengelola pasar. Pasar biasanya menyediakan kebutuhan sehari-hari, seperti bahan-bahan makanan (ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kue), kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Pada umumnya, pasar terletak di dekat kawasan pemukiman penduduk agar memudahkan warga mencapai lokasi pasar.

Fungsi utama dari pasar tradisional adalah sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan. Dalam pasar tradisional terbentuk pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalinnya interaksi sosial. Sifat dari interaksi sosial dalam pasar tradisional ialah akrab. Interaksi sosial terjadi antara pedagang dengan pembeli, pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan pemasok. Secara tidak langsung, pasar tradisional menjadi tempat sosialisasi bagi individu yang ada di dalam masyarakat. Fungsi lain dari pasar

tradisional ialah sebagai pusat pertemuan, pusat pertukaran informasi, pelaksanaan kesenian rakyat, dan penawaran pariwisata.

Aset yang dimiliki oleh pasar tradisional bernilai ekonomi daerah dan sosial ekonomi. Pasar tradisional tidak hanya berperan dalam mengatur keuangan masyarakat, tetapi juga menjadi lembaga sosial. Dalam pelaksanaan fungsi lembaga sosial, pasar tradisional membentuknya secara alami melalui interaksi sosial. Pemicu terjadinya interaksi di dalam pasar tradisional ialah kebutuhan primer masyarakat terhadap produk yang diperjualbelikan di dalam pasar. Pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat perdagangan, tetapi juga menjadi tempat peninggalan kebudayaan. Pasar tradisional secara tidak langsung menjadi pusat perputaran ekonomi yang melibatkan banyak orang di dalam masyarakat. Pasar tradisional menjadikan peredaran uang mengalami peralihan kepemilikan yang panjang. Kondisi ini kemudian menyebabkan kegiatan ekonomi di kawasan perkotaan dan kawasan perdesaan tetap berlanjut.

Pesaing alami dari pasar tradisional ialah pasar modern. Kondisi di dalam pasar modern membuat konsumen di pasar tradisional mulai beralih ke pasar modern. Kondisi paling utama yang membuat pasar modern lebih diminati oleh konsumen adalah tingkat kebersihan dan kenyamanan yang tinggi. Selain itu, produk di pasar modern juga mirip dengan pasar tradisional. Persaingan usaha juga timbul dari segi harga yang mana harga di pasar tradisional dan pasar modern tidak berbeda jauh.

2.2.6 Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga (Kotler, 2001).

Pasar modern dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mal, supermarket, departemen *store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian dahulu secara ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak) (inaga 2006).

Fungsi dari pasar modern mempermudah produsen mendistribusikan berbagai jenis barang kepada konsumen secara langsung. Cara mendistribusikan barang hingga sampai kepada konsumen menjadi salah satu masalah pokok ekonomi modern dalam penerapan fungsi pasar modern.

Pada intinya, pengelolaan pasar modern dilakukan secara modern, bermodal relatif kuat, dan dikelola oleh pengusaha besar. Kenyamanan berbelanja menjadi faktor yang sangat diperhatikan dalam keberlangsungan pasar modern. Proses tawar-menawar tidak dapat dilakukan seperti di pasar tradisional karena setiap barang yang dijual di pasar modern sudah dilengkapi dengan label harga pasti.

2.2.7 Kegiatan Ekonomi Masyarakat

Masyarakat merupakan sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya. Masyarakat juga bisa disimpulkan sebagai makhluk sosial, karena masyarakat merupakan makhluk hidup (manusia) yang dimana keberadaannya juga membutuhkan makhluk hidup lain (manusia) hal ini disebut dengan sosialisasi.

Sosiologi tidak hanya mempelajari bidang sosial dan kalangan masyarakat, tetapi bisa juga dikaitkan di bidang lain, salah satunya adalah ekonomi. Sosial dan ekonomi bisa beriringan karena ada hubungan sebab-akibat satu sama lain, contohnya factor kemiskinan bisa memengaruhi kehidupan sosial pada kalangan tertentu. Sosiologi adalah suatu studi positif tentang hukum-hukum dasar dari berbagai gejala sosial yang dibedakan menjadi sosiologi statis dan sosiologi dinamis. Pengertian statis itu lebih memusatkan pada dasar adanya masyarakat itu sendiri. Sedangkan dinamis, kajian lebih dipusatkan perkembangan masyarakatnya juga pembangunannya (August Comte, 1798-1857).

Manusia mempunyai beragam kebutuhan untuk bisa mempertahankan hidupnya. Untuk memenuhi beragam kebutuhan tersebut, manusia melakukan kegiatan yang disebut kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi bisa diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan ekonomi dikelompokkan menjadi tiga, di antaranya:

- Kegiatan produksi, usaha manusia untuk menghasilkan atau mengubah barang atau jasa yang bernilai ekonomi yang lebih tinggi.
- Kegiatan distribusi, kegiatan yang menyalurkan barang atau jasa dari produsen pada konsumen.
- Kegiatan konsumsi, kegiatan ekonomi yang bersifat mengurangi atau menghabiskan manfaat dan kegunaan hasil dari produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Setiap orang mempunyai kegiatan ekonomi yang berbeda-beda sesuai kemampuan yang dimilikinya. M. Sholahuddin berpendapat bahwa kegiatan ekonomi mengatur urusan harta dan kekayaan. Baik yang berkaitan dengan pengembangan, kepemilikan dan distribusi, kegiatan ekonomi adalah kegiatan yang melibatkan individu, masyarakat dan perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa. Kegiatan ekonomi dapat diwujudkan dengan membuka berbagai jenis usaha yang mengembangkan perekonomian masyarakat. Perekonomian masyarakat merupakan sekumpulan kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang dialami dalam lingkungannya, perekonomian melalui usaha mandiri yang produktif dengan memperhatikan manajemen dalam usahanya. Sosial

ekonomi berperan sebagai posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan orang lain dalam arti lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajibannya dalam berhubungan dengan sumber daya (Soerjono Soekanto, 2007:89).

Sindung Haryanto (2016), mengartikan bahwa sosiologi ekonomi merupakan ilmu sosiologi yang mempelajari bagaimana masyarakat memenuhi kebutuhan ekonomi mereka, seperti kebutuhan primer samapai tersier, melalui prespektif sosial. Adapun peran masyarakat dalam bidang ekonomi antara lain, membeli produk-produk dalam negeri, menjadi wirausahawan untuk mengurangi jumlah pengangguran dan memberdayakan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

2.2.8 Perdagangan

Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Kegiatan ekonomi yang mengaitkan antara para produsen dan konsumen. Sebagai kegiatan distribusi, perdagangan menjamin peredaran, penyebaran, dan penyediaan barang melalui mekanisme pasar.

Dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Melansir Investopedia, perdagangan adalah aktivitas yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa, dengan kompensasi yang dibayarkan oleh pembeli kepada

penjual, atau pertukaran barang atau jasa antar pihak. Perdagangan secara luas mengacu pada pertukaran barang dan jasa, paling sering dengan imbalan uang. Di pasar keuangan, perdagangan mengacu pada pembelian dan penjualan sekuritas, seperti pembelian saham di bursa efek.

Undang – Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Menurut Marwati Djoened, perdagangan merupakan kegiatan ekonomi yang mengaitkan antara para produsen dan konsumen.

Giatnya aktivitas perdagangan suatu Negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolok ukur tingkat perekonomian itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu Negara. Melalui perdagangan pula suatu Negara bisa menjalin hubungan diplomatic dengan Negara tetangga secara tidak langsung perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik.

Geertz (1963), Mai dan Buchholt (1987), mengnyebutkan bahwa dalam prespektif Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Bahwa pedagang dibagi atas :

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2. Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
3. Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
4. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

2.2.9 Daya Saing Antara Pasar Tradisional/Pasar Modern

Daya Saing merupakan konsep perbandingan kemampuan dan kinerja suatu pasar atau perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan dalam pasar. Menurut Poter (2008;292) mendefinisikan suatu kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya disektor produksi. Daya saing sangat penting bagi sebuah bangsa dikarenakan daya saing sendiri akan menarik investasi asing masuk ke negara yang selanjutnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Robiani dalam Novalia (2005: 16) menyatakan daya saing (*opportunities*) ditentukan oleh produktivitas suatu negara dalam menggunakan sumber daya alam, sumber daya manusia, dan modalnya. Pada dasarnya daya saing diperlukan untuk meningkatkan standar dan kualitas hidup serta untuk meningkatkan eksistensi ekonomi menjadi lebih berorientasi pasar, untuk meningkatkan produktivitas faktor produksi dan efisiensi secara teknis dalam proses produksi.

Dalam kajian ini daya saing antara pasar tradisional dan pasar modern, sama-sama memiliki kegiatan transaksi jual beli, di mana pembeli bebas memilih produk yang akan dibeli dan penjual memberikan harga pada barang dagangannya. Daya saing secara umum sendiri didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya.

2.3 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji, teori sendiri berfungsi untuk menjadi sebuah penjelasan terhadap realitas yang bisa diuji kebenarannya, serta dapat dijadikan fondasi analisis dalam mendeskripsikan keadaan, situasi dengan maksud untuk mengungkapkan teori ekonomi khususnya Sosiologi Ekonomi yang digagas oleh Smelser, yang ada di lapangan atau lokasi penelitian.

Teori Ekonomi atau perekonomian merupakan serangkaian besar kegiatan produksi dan konsumsi yang saling terkait yang membantu dalam menentukan

bagaimana sumber daya yang langka dialokasikan. Kegiatan ekonomi antara lain aktivitas disusun dalam peranan dan kolektivitas dengan nilai-nilai yang dilegitimasi, dan dengan norma-norma dan sanksi yang mengaturnya (produksi, distribusi, konsumsi). Hubungan ini sebagai suatu yang tampak dalam konteks non-ekonom (peran-status, kelas ekonomi, interaksi sosial, struktur sosial, dan kultur).

Meskipun berhubungan satu sama lain, ada perbedaan mendasar antara sosiologi ekonomi dan ilmu ekonomi umum. Sosiologi ekonomi menggunakan pemikiran secara induktif, serta mengamati perilaku ekonomi berbeda melalui antar-waktu, tempat (negara), serta lacakan variable dari konteks sosial yang dibahas. Sedangkan ekonomi neo-klasik menggunakan pemikiran secara deduktif karena berdasarkan dari hasil studi serta pengalaman individu yang berkaitan dengan fungsi perilaku ekonomi. Aliran ini berkembang pertama kali saat mencetuskan beberapa proposisi utama yang digagas antara lain oleh Harisson White (Harvard University), dan murid-muridnya seperti Garanovetter yang juga didukung Swedberg dan beberapa tokoh pemikir Sosiologi Ekonomoi baru.

Proposisi yang dimaksud antarlain, pertama tindakan ekonomi adalah suatu bentuk dari tindakan sosial, kedua tindakan ekonomi disituasikan secara sosial, dan ketiga institusi-institusi ekonomi dikonstruksi secara sosial. Ketiga proposisi tersebut bersumber dari gagasan Weber mengenai tindakan sosial. Menurut Weber tindakan ekonomi tidak semata-mata dipandang sebagai fenomena stimulus-respon yang sederhana, melainkan lebih kepada hasil dari suatu proses yang dilakukan oleh individu dalam hubungan sosial yang berlangsung (Sukidin, 2009).

Smelser dan Swedberg (2005) mengemukakan definisi sosiologi ekonomi dengan mengadopsi pendapat Weber maupun Durkheim, bahwa sosiologi ekonomi merupakan sub disiplin sosiologi yang memfokuskan bidang studi pada bagaimana aktor atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Sosiologi ekonomi menurut Smelser sendiri merupakan ilmu sosiologi yang mempelajari bagaimana masyarakat memenuhi kebutuhan mereka, seperti kebutuhan primer sampai tersier, melalui perspektif sosial. Smelser berpendapat bahwa aplikasi dari kerangka referensi umum, variabel-variabel, dan model-model penjelasan dari sosiologi terhadap aktivitas-aktivitas yang kompleks mengenai produksi, distribusi, perdagangan, dan konsumsi barang-barang yang langka dan jasa-jasa. Definisi di atas, menjelaskan dua terminologi tentang fenomena ekonomi, dan pendekatan sosiologis.

Fenomena ekonomi yang menjadi fokus perhatian adalah mengenai cara aktor memenuhi kebutuhan, dan di dalamnya terkandung aspek produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi sumberdaya yang pada dasarnya bermuara pada kesejahteraan aktor. Sedangkan pendekatan sosiologisnya meliputi kerangka acuan, variabel dan indikator, serta model-model yang digunakan sosiolog dalam memahami ataupun menjelaskan fenomena yang terjadi dalam masyarakat. Dalam kerangka ini, terdapat perbedaan pendekatan ataupun cara pandang dari sudut ekonomi dan sosiologi ekonomi terutama dalam memandang aspek produksi, distribusi dan pertukaran, serta konsumsi sebagai komponen kegiatan ekonomi masyarakat.