

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Ekonomi

Geografi ekonomi sebagai cabang geografi manusia yang bidang studinya struktur aktivitas keruangan ekonomi sehingga titik berat studinya adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia (Rilanto, 2015). Geografi merupakan suatu ilmu yang mempelajari hubungan antara struktur aktivitas ekonomi manusia dalam memanfaatkan lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berbagai ragam keruangan di permukaan bumi yang memiliki kondisi geografis yang berada (Koestoer, 2018).

Kegiatan ekonomi menjadi kegiatan yang sangat penting dalam kemajuan suatu wilayah, dikarenakan kemajuan suatu negara dipengaruhi oleh kegiatan ekonomi. Geografi ekonomi mempelajari gejala-gejala dari suatu kegiatan yang bersangkutan dengan tempat atau lokasi (Muhtar, 2018). Geografi secara spesifik diartikan sebagai studi kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dalam konteks ruang lingkup desa, kota serta regional dalam hubungannya secara wilayah fisik geografi melalui proses aglomerasi maupun industrialisasi dan virtual geografi (Akhwan, 2019).

Sama halnya dengan ilmu geografi, ruang lingkup dari geografi ekonomi juga cukup luas dalam (Rhamdani, 2016) yakni mencakup :

1. Jumlah dan distribusi penduduk (*number and distribution of people*).
2. Peranan unit – unit politik (*role of political units*).
3. Peranan ekonomi (*role of economic*).
4. Peranan lingkungan budaya (*role of the cultural environment*)
5. Peranan lingkungan alam (*role of the natural environment*)
6. Interaksi antara manusia, budaya dan alam (*interaction of man, cultural and nature*).

7. Lokasi, ukuran, dan bentuk dari sumberdaya (*location, size and shape*).

Pembahasan mengenai pendekatan yang digunakan dalam geografi ekonomi tidak lepas dari pembahasan mengenai pendekatan geografi sebagai induknya. Penekanan pembahasan ditunjukkan pada pengungkapan metode dan analisis keilmuan yang dikenal sebagai metode dan analisis keruangan. Pendekatan keruangan ialah pendekatan yang khas dengan ilmu geografi. Pelaksanaannya pendekatan keruangan pada geografi tetap berdasarkan prinsip-prinsip persebaran, interelasi dan deskripsi. Dalam hal ini yang termasuk pada pendekatan keruangan yaitu pendekatan topik, pendekatan aktivitas manusia dan pendekatan regional.

2.1.2 Teori Lokasi Pasar

Pasar membutuhkan lahan dan lokasi yang strategis, mengingat aktivitas yang terjadi di pasar tersebut dan pentingnya peran pasar sebagai salah satu komponen pelayanan kota, daerah dan wilayah yang mengakibatkan kaitan dan pengaruh dari masing-masing unsur penunjang kegiatan perekonomian kota (Suryani, 2015). Dengan letak yang strategis, akan lebih terjamin proses transaksi jual-belinya dari pada pasar yang letaknya kurang strategis. Dalam hal ini harus diperhatikan faktor-faktor keramaian lalu lintas, kemungkinan tempat pemberhentian orang untuk berbelanja, keadaan penduduk dilingkungan pasar, keadaan perparkiran dan sebagainya.

Dalam hal pemilihan lokasi pembangunannya, pasar rakyat/tradisional sebaiknya didirikan pada lokasi yang ramai dan luas. Pendirian pasar pada lokasi yang tidak ada aktivitas perdagangannya, sangat sulit diharapkan akan dikunjungi oleh masyarakat. Sedangkan jumlah penduduk, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, aglomerasi dan kebijaksanaan pemerintah sangat mempengaruhi penentuan lokasi suatu kegiatan. Daerah dengan penduduk besar merupakan pasar yang perlu diperhatikan.

Menurut Miles dalam (Suryani, 2015), faktor faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi adalah :

1. Zoning (peruntukan lahan)
2. Fisik (*physical features*)
3. Utilitas
4. Transportasi
5. Parkir
6. Dampak lingkungan (sosial dan alam)
7. Pelayanan
8. Penerimaan/respon masyarakat (termasuk perubahan perilaku)
9. Permintaan dan penawaran (pertumbuhan penduduk, tenaga kerja, distribusi pendapatan)

Teori lokasi berusaha untuk menjelaskan distribusi kegiatan di suatu tempat. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor–faktor yang mempengaruhi lokasi kegiatan individu, alokasi bagian yang berbeda dari wilayah di antara berbagai jenis produksi, membagi pasar spasial antara produsen, dan distribusi fungsional kegiatan di suatu tempat (Suryani, 2015).

Berbagai fenomena dianalisis dengan menghapus fisik fitur geografis yang mungkin dapat menjelaskan konsentrasi wilayah kegiatan, sehingga pilihan lokasi di intepretasikan dengan mempertimbangkan hanya kekuatan besar ekonomi yang mendorong proses lokasi diantaranya biaya transportasi, yang menyebar kegiatan di suatu tempat dan pengelompokan ekonomi, yang justru menyebabkan kegiatan untuk berkonsentrasi. Dengan menyeimbangkan dua kekuatan yang bertentangan, model ini mampu menjelaskan keberadaan aglomerasi kegiatan ekonomi bahkan pada hipotesis ruang sempurna yang seragam. Model lokasi berbeda sesuai dengan hipotesis pada struktur spasial demand dan pasokan yang mencerminkan tujuan dari model yang dijelaskan. Ada model–model yang bertujuan untuk menafsirkan pilihan lokasi perusahaan, dengan

asumsi *punctiform final* dan baku bahan pasar dengan lokasi yang given.

Selain hal-hal yang telah dikemukakan oleh Miles, De Chiara dan Koppelman, Duncan dan Holander dalam (Suryani, 2015), mengemukakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam penentuan lokasi pasar rakyat/rakyat adalah :

1. Populasi yang terdapat pada daerah perdagangan, meliputi komposisi dan pertumbuhannya
2. Perkembangan kota yang dapat diukur dari perubahan sosial ekonomi
3. Kebiasaan belanja penduduk
4. Daya beli penduduk dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja, jenis pekerjaanm tingkatan pendapatan dan jumlah tabungan yang dimiliki
5. Perbedaan status sosial yang dapat dilihat dari tipe rumah, kepemilikan rumah, tingkat pendidikan dan jumlah kepemilikan kendaraan
6. Jumlah, tipe dan lokasi pasar lama
7. Aksesibilitas berupa fasilitas transportasi umum, kedekatan dengan konsumen yang potensial dapat berupa daerah perumahan dan perkantoran
8. Kondisi fisik alam, dapat dilihat dari topografi, kondisi geologis, rawan bencana dan sebagainya.

Selain itu menurut De Chiara dan Koppelman dalam (Suryani, 2015) menambahkan kriteria yang harus di penuhi dalam menentukan lokasi pasar/pusat perbelanjaan adalah :

1. Kedekatan dengan pangsa pasar
2. Kedekatan dengan bahan baku
3. Ketersediaan tenaga listrik dan air
4. Iklim
5. Ketersediaan modal

6. Perlindungan terhadap kebakaran, perlindungan polisi, pelayanan kesehatan.
7. Perumahan/permukiman penduduk
8. Peraturan setempat
9. Pertumbuhan kota di masa yang akan datang.

2.1.3 Konsep Pasar

Pasar juga merupakan tempat berkumpulnya manusia dalam suatu hubungan sosial melalui bentuk jual beli barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan uang sebagai alat tukar, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menggunakannya, dengan jaminan bahwa masyarakat akan mendapatkan kenyamanan dan kepuasan (Syarifuddin, 2018).

1. Syarat–syarat terbentuknya pasar antara lain sebagai berikut :
 - a. Terdapat penjual
 - b. Terdapat pembeli
 - c. Terdapat barang atau jasa yang diperjualbelikan
 - d. Terjadinya kesepakatan antara penjual dengan pembeli.
2. Jenis–jenis Pasar
 - a. Jenis Pasar Berdasarkan Pelayanan
 - 1) Pasar Desa/Kelurahan, pasar yang melayani masyarakat yang terdapat di desa atau kelurahan.
 - 2) Pasar Kecamatan, pasar yang melayani pedagang–pedagang yang berasal dari kelurahan.
 - 3) Pasar wilayah, pasar yang melayani pedagang atau konsumen dari kota/kabupaten.
 - b. Jenis Pasar Berdasarkan Kepemilikan
 - 1) Pasar pemerintah, pasar yang disediakan atau ditempatkan oleh pemerintah sebagai tempat berjualan atau memperdagangkan barang dan jasa.
 - 2) Pasar Swasta, pasar yang disediakan oleh perorangan ataupun Badan Hukum yang telah mendapatkan

persetujuan dari pemerintah sebagai tempat untuk berjualan umum memperdagangkan barang dan jasa.

3) Pasar Liar, pasar yang kegiatannya diluar pengawasan Pemerintah Daerah.

c. Jenis Pasar Berdasarkan Kegiatannya

1) Pasar Eceran, pasar yang kegiatannya hanya melayani permintaan dan penawaran barang ataupun jasa secara eceran.

2) Pasar Grosir, pasar yang kegiatannya melalui permintaan ataupun penawaran yang secara besar.

3) Pasar Induk, pasar yang kegiatannya sebagai pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan sementara untuk didistribusikan ke pasar-pasar lainnya.

d. Pasar berdasarkan waktu kegiatannya

1) Pasar siang hari, ialah pasar yang beroperasi mulai pukul 04.00 – 16.00 WIB.

2) Pasar malam hari, ialah pasar yang beroperasi mulai pukul 16.00 – 04.00 WIB.

3) Pasar siang malam, ialah pasar yang beroperasi selama 24 jam.

4) Pasar darurat, ialah pasar yang memakai jalanan umum atau tempat umum tertentu sebagai lokasinya.

e. Jenis Pasar Berdasarkan Kelasnya

1) Pasar Kelas I, yaitu pasar yang berada di Jalan Protokol, memiliki lebih dari 235 tempat untuk berjualan, pedagang berjumlah lebih dari 250 orang dan bukan berada di Jalan Protokol, memiliki lebih dari 475 tempat untuk berjualan, pedagang berjumlah lebih dari 500 orang.

2) Pasar Kelas II, yaitu pasar yang berada di Jalan Protokol, memiliki pedagang kurang dari 250 orang dan bukan di

Jalan Protokol, memiliki 475 tempat untuk berjualan, memiliki pedagang berjumlah kurang dari 500 orang.

3) Pasar Kelas III, pasar yang tidak termasuk dalam Pasar Kelas I dan Kelas II.

3. Fungsi Pasar

Pasar memiliki fungsi bagi masyarakat, secara umum menurut Deprizal dalam (Ghufro&Risnawita, 2017). Pasar terbagi menjadi beberapa fungsi yaitu sebagai berikut :

a. Sebagai Distribusi

Pasar merupakan media mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan juga menutup jarak antara produsen dan konsumen dalam melakukan kegiatan transaksi barang atau jasa.

b. Sebagai Organisir Produk

Fungsi pasar dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana produsen memproduksi suatu barang dan memproduksi barang tersebut kemudian menyesuaikan dengan harga pasar agar tercipta efisien harga.

c. Sebagai Penetapan Nilai

Fungsi pasar sebagai penentu nilai berkaitan dengan apa yang seharusnya mendorong produsen untuk memproduksi barang yang lebih diminati masyarakat dibandingkan dengan barang yang tidak diminati. Oleh karena itu hal ini dapat mendorong terjadinya pergerakan kekuatan antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan harga pasar.

d. Sebagai Pembentuk Harga

Fungsi pasar sebagai pembentuk harga dimaksudkan pada harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Penjual telah memperhitungkan keuntungan atau laba yang diperolehnya. Sedangkan untuk pembeli telah

memperhitungkan manfaat dari barang ataupun jasa serta dengan keadaan keuangan pembeli.

2.1.4 Teori Perkembangan Perkotaan

1. Teori Konsentris (*The Concentric Theory*)

Teori ini dikemukakan oleh (E.W. Burgess) dalam (Nico Fergiyono 2014), atas dasar mengenai morfologi Kota Chicago, menurutnya suatu kota yang besar mempunyai kecenderungan berkembang ke arah luar di semua bagian-bagiannya. Masing-masing zona tumbuh sedikit demi sedikit ke arah luar. Oleh karena semua bagian-bagiannya berkembang ke segala arah, maka pola keruangan yang dihasilkan akan berbentuk seperti lingkaran yang berlapis-lapis, dengan daerah pusat kegiatan sebagai intinya.

Secara berurutan, tata ruang kota yang ada pada suatu kota yang mengikuti suatu pola konsentris ini adalah sebagai berikut :

a) Daerah Pusat atau Kawasan Pusat Bisnis (KPB)

Daerah pusat kegiatan ini sering disebut sebagai pusat kota. Dalam daerah ini terdapat bangunan-bangunan utama untuk melakukan kegiatan baik sosial, ekonomi, politik dan budaya. Contohnya : Pertokoan, Perkantoran, Gedung Kesenian, Bank dan lainnya.

b) Daerah Peralihan

Daerah ini kebanyakan di huni oleh golongan penduduk kurang mampu dalam kehidupan sosial-ekonominya. Penduduk ini sebagian besar terdiri dari pendatang-pendatang yang tidak stabil (musiman), terutama ditinjau dari tempat tinggalnya. Di beberapa tempat daerah ini terdapat kegiatan industri ringan, sebagai perluasan dari Kawasan Pusat Bisnis.

c) Daerah Pabrik dan Perumahan Pekerja

Daerah ini di huni oleh pekerja-pekerja pabrik yang ada di daerah ini. Kondisi perumahannya sedikit lebih buruk dari

pada daerah peralihan, hal ini disebabkan karena kebanyakan pekerja-pekerja yang tinggal di sini adalah golongan pekerja kelas rendah.

d) Daerah Perumahan yang lebih baik kondisinya

Daerah ini dihuni oleh penduduk yang lebih stabil keadaannya dibanding dengan penduduk yang menghuni daerah yang disebut sebelumnya, baik ditinjau dari permukimannya maupun perkeonomiannya.

e) Daerah Penglaju

Daerah ini mempunyai tipe kehidupan yang dipengaruhi oleh pola kehidupan daerah pedesaan disekitarnya. Sebagian menunjukkan ciri-ciri kehidupan perkotaan dan sebagian yang lain menunjukkan ciri-ciri kehidupan pedesaan. Kebanyakan penduduk mempunyai lapangan pekerjaan nonagraris dan merupakan pekerja-pekerja penglaju yang bekerja di dalam Kota, sebagian penduduk yang lain adalah penduduk yang bekerja di bidang pertanian.

2. Teori Sektor

Teori sektor ini dikemukakan oleh (Homer Hoyt) dalam (Nico Fergiyono 2014), dinyatakan bahwa perkembangan-perkembangan baru yang terjadi di dalam suatu kota, berangsur-angsur menghasilkan kembali karakter yang dipunyai oleh sektor-sektor yang sama terlebih dahulu. Alasan ini terutama didasarkan pada adanya kenyataan bahwa di dalam kota-kota yang besar terdapat variasi sewa tanah atau sewa rumah yang besar. Keadaan ini sangat banyak dipengaruhi oleh faktor transportasi, komunikasi dan segala aspek-aspek lainnya.

a) Pertumbuhan *Vertikal*, yaitu daerah ini dihuni oleh struktur keluarga tunggal dan semakin lama akan didiami oleh struktur keluarga ganda. Hal ini karena ada faktor pembatas, yaitu : fisik, sosial, ekonomi, dan politik.

- b) Pertumbuhan Memampat, yaitu apabila wilayah suatu kota masih cukup tersedia ruang-ruang kosong untuk bangunan tempat tinggal dan bangunan lainnya.
- c) Pertumbuhan Mendatar ke Arah Luar (*Centrifugal*), yaitu biasanya terjadi karena adanya kekurangan ruang bagi tempat tinggal dan kegiatan lainnya, pertumbuhannya bersifat datar *centrifugal*, karena pertumbuhannya akan kelihatan nyata pada sepanjang rute transportasi.

3. Teori Inti Ganda (Multiple Nucleus Theory)

Teori ini dikemukakan oleh Harris dan Ullman, kedua geografer ini berpendapat meskipun pola konsentris dan sektoral terdapat dalam wilayah kota, kenyataannya lebih kompleks dari apa yang dikemukakan dalam teori Burgess dan Hoyt. Pertumbuhan kota yang berawal dari suatu pusat menjadi bentuk kompleks. Bentuk yang kompleks ini disebabkan oleh munculnya nukleus-nukleus baru yang berfungsi sebagai kutub pertumbuhan. Nukleus-nukleus baru akan berkembang sesuai dengan penggunaan lahannya yang fungsional dan membentuk struktur kota yang memiliki sel-sel pertumbuhan.

Nukleus kota dapat berupa Kampus Perguruan Tinggi, Bandar Udara, Kompleks Industri, Pelabuhan Laut, dan Terminal Bus. Keuntungan ekonomi menjadi dasar pertimbangan dalam penggunaan lahan secara mengelompok sehingga berbentuk nukleus. Misalnya Kompleks Industri mencari lokasi yang berdekatan dengan sarana transportasi. Perumahan baru mencari lokasi yang berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan tempat pendidikan.

2.1.5 Konsep Peningkatan Pasar

Menurut Sardiman dalam (Aprianto, 2018) istilah peningkatan berasal dari sesuatu yang tersusun sedemikian rupa, sehingga membentuk suatu susunan yang ideal sedangkan peningkatan adalah

kemajuan dari seseorang dari sesuatu yang menjadi tidak tahu menjadi tahu, dari tidak bisa menjadi bisa.

Peningkatan berarti kemajuan secara umum, peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas (Aprianto, 2018) . Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Perencanaan dan eksekusi ini harus saling berhubungan dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.

Kata peningkatan juga dapat menggambarkan perubahan keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Sedangkan hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas. Kuantitas adalah jumlah hasil dari sebuah proses atau dengan tujuan peningkatan. Sedangkan kualitas menggambarkan nilai dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan berupa peningkatan. Hasil dari suatu peningkatan juga ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu. Dimana saat suatu usaha atau proses telah sampai pada titik tersebut maka akan timbul perasaan puas dan bangga atas pencapaian yang telah diharapkan.

Oleh karena itu, ada banyak hal yang perlu ditingkatkan dalam penataan pasar rakyat untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat dalam (Hafiizah, 2020) tersebut diantaranya :

1. Pembenahan bangunan pasar
2. Pengembangan infrastruktur pasar seperti tempat parkir, taman bermain, ruang ibadah, toilet dan lain-lain.
3. Pemeliharaan dan pengecekan berkala untuk bangunan yang sudah ada.
4. Sistem penghargaan bagi pasar rakyat dan pedagang pasar yang mampu menjaga kebersihan.
5. Peningkatan pengetahuan dan profesionalisme pedagang dan seluruh warga pasar.
6. Akses pendanaan bagi pedagang pasar.

7. Akses pengetahuan dan informasi bagi pengelolaan pasar dan pedagang.
8. Pengawasan untuk barang-barang yang dijual di pasar.
9. Efisiensi proses distribusi barang di pasar yang selama ini membutuhkan rantai distribusi yang panjang.
10. Pengembangan kualitas pelayanan.

2.1.6 Aktivitas Pasar

1. Kegiatan umum dalam pasar

Kegiatan utama di dalam suatu pasar adalah jual-beli namun kegiatan itu dapat berlangsung tanpa kegiatan-kegiatan lain. Berikut ini akan dilakukan tinjauan umum kegiatan pasar dan tinjauan umum kegiatan pasar dan tinjauan khusus kegiatan umumnya.

Kegiatan perdagangan di pasar pada garis besarnya meliputi :

- a) Kegiatan penyaluran materi perdagangan
 - 1) Sirkulasi, transportasi, droping barang
 - 2) Distribusi barang dagangan ke setiap unit penjualan di dalam pasar.
- b) Kegiatan pelayanan jual-beli yang meliputi :
 - 1) Kegiatan jual-beli antara pedagang dengan konsumen.
 - 2) Kegiatan penyimpanan barang dagangan.
 - 3) Kegiatan pergerakan dan perpindahan pengunjung dari luar lingkungan ke dalam bangunan pasar. Dari unit penjualan ke unit penjualan (dalam jalur lintas jual-beli).
- c) Kegiatan transportasi pencapaian ke lokasi bangunan pasar.
- d) Kegiatan pelayanan atau servis atau pengunjung :
 - 1) Pelayanan bank
 - 2) Pelayanan kebersihan
 - 3) Pelayanan pemeliharaan.

2. Kegiatan utama dalam pasar

- a) Jenis kegiatan pasar

Dalam suatu pasar kegiatan jual-beli langsung secara tawar-menawar merupakan kegiatan utama. Unsur-unsur kegiatan yang menunjang pelayanan jual beli adalah :

1) Distribusi barang

Kegiatan ini merupakan usaha mensuplai barang dagangan dari tempat penurunan ke masing-masing tempat penjualan.

2) Penyimpanan barang dagangan

Jumlah dan satuan-satuan volume barang pada pasar lingkungan tidak besar maka penyimpanan barang belum memerlukan ruang dengan pembatas khusus dan dapat dilihat oleh pengunjung. Untuk pedagang grosiran sebagian besar barang dagangan disimpan dalam gudang, sedangkan yang disajikan hanya sebagian kecil saja.

3) Penyajian barang dagangan

Dalam perdagangan eceran, barang-barang disajikan dengan tujuan sebanyak mungkin konsumen dapat melihat dan memilih barang yang diinginkan. Pada penyajian barang inilah tertumpu media komunikasi antara pedagang dan konsumen. Untuk barang-barang yang disajikan secara eceran atau grosir, terdapat beberapa kemungkinan penyajian. Pergerakan pengunjung dalam kegiatan pasar ada dua unsur utama yang melakukan perpindahan tempat adalah pengunjung dan barang.

4) Kegiatan jual beli

Sifat kegiatan jual beli dipasar adalah langsung berhadapan antara pedagang dan pembeli yang biasanya disertai dengan tawar-menawar. Namun pada umumnya pedagang melayani pembeli dengan posisi : berdiri, duduk atau bersila dan duduk diatas bangku, sedangkan pembeli berdiri tegak untuk mengamati barang dagangan. Dari

spesifik kegiatan pedagang dan pembeli ini maka terbentuklah urutan kegiatan utama pasar yang disebut los-los.

b) Sifat kegiatan pasar

- 1) Bersifat dinamis dan luwes (kegiatan tawar menawar tanpa ikatan harga yang baku)
- 2) Terbuka (konsumen dapat langsung melihat dan memilih barang dagangannya, penjual menawarkan dagangannya kepada semua yang lewat),
- 3) Akrab (antara konsumen dan penjual terlibat langsung dalam transaksi jual beli),
- 4) Modern (penyedia fasilitas dan pelayanan terhadap penjual dan pengunjung),
- 5) Tradisional (tetap terjadi proses tawar menawar antara konsumen dan penjual).

3. Pelaku kegiatan di Pasar

a. Pedagang/Penjual

Pedagang merupakan pelaku kegiatan pasar yang menyediakan atau memberikan jasa penjualan/perdagangan. Pedagang berperan sebagai yang melayani, mereka berhak memiliki barang-barang yang dipasarkan meskipun kepemilikannya tidak secara fisik (Belshaw, 2014). Pedagang sektor informal atau yang lebih dikenal dengan pedagang kaki lima, pada kenyataannya mempunyai peranan potensial terhadap ekonomi kota, dengan memberikan pelayanan yang efektif pada unit-unit kecil. Walaupun kehadiran sektor informal mampu meramaikan pasar, tetapi sering dianggap mengganggu karena menimbulkan masalah ketertiban, keamanan dan kebersihan (Belshaw, 2014).

b. Pembeli/Konsumen

Pembeli atau konsumen pasar adalah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung. Konsumen pasar ini datang dari berbagai tempat dan status berperan sebagai yang dilayani. Pengunjung pasar ialah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan atau tanpa membeli barang dan atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya. Pengunjung datang ke pasar, selain untuk mendapatkan suatu barang, ada pula yang sekedar untuk memenuhi tuntutan interaksi sosial yaitu dengan mengobrol dan bertukar informasi.

c. Penunjang di pasar yaitu :

1. Pemerintah sebagai pemberi izin berdirinya dan beroperasinya pasar
2. Swasta pedagang penyewa tempat, pelaksana pembangunan pasar.
3. Pengelola melaksanakan pembangunan, pengelola pemasaran tempat. Pengelola kebersihan, pengelola distribusi barang dan stabilitas harga.
4. Bank memperlancar kegiatan ekonomi.

2.1.7 Aktivitas Masyarakat

Menurut ilmu sosiologi aktivitas merupakan segala sesuatu bentuk kegiatan yang ada di masyarakat seperti gotong royong dan kerja sama disebut sebagai aktivitas sosial baik yang berdasarkan hubungan tetangga atau kekerabatan (Mayssara,2016). Aktivitas dapat disimpulkan sebagai kegiatan, kesibukan atau dapat dikatakan kerja sama yang dilakukan oleh setia individu maupun kelompok dengan tujuan menjadi lebih baik dari pada sebelumnya.

Dalam kehidupan sehari-hari banyak sekali aktivitas, kegiatan atau kesibukan yang dilakukan manusia. Namun, berarti atau tidaknya

kegiatan tersebut bergantung pada individu tersebut. Karena menurut Samuel soeito sebenarnya, aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan, beliau mengatakan bahwa aktivitas, dipandang sebagai usaha mencapai atau memenuhi kebutuhan.

Masyarakat menurut Setiadi merupakan manusia yang senantiasa berhubungan berinteraksi dengan manusia lain dalam suatu kelompok (Tejokusumo, 2014). Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif (Sulfan & Mahmud, 2018).

Adapun ciri-ciri masyarakat menurut Horton dan Hant dalam (WH Rhamdani, 2016) diantaranya :

1. Kelompok manusia
2. Sedikit banyaknya memiliki kebebasan dan bersifat kekal
3. Menempati suatu kawasan
4. Memiliki kebudayaan
5. Memiliki hubungan dalam kelompok yang bersangkutan

Pola aktivitas masyarakat merupakan penjabaran fungsi dari tata guna lahan (*Land use*). Perubahan peruntukan lahan tentu akan mempengaruhi pola aktivitas. Pola aktivitas ini dipengaruhi oleh daerah pembangkit pergerakan (*trip production*) dan daerah penarik pergerakan (*trip attraction*) (Triharto, 2016).

Aktivitas masyarakat ini dapat dibagi menjadi 2 bagian diantaranya sebagai berikut:

1. Aktivitas sosial

Aktivitas sosial menurut Napitupulu dalam (Rhamdani, 2016) aktivitas sosial merupakan kegiatan yang dilakukan bersama dengan masyarakat di lingkungan sekitar. Teori aktivitas atau kegiatan (*activity theory*) menyatakan bahwa lansia yang selalu aktif dan mengikuti banyak kegiatan sosial adalah lansia yang sukses.

Kegiatan manusia dalam masyarakat seperti mengikuti kerja bakti, arisan, pengajian, ikut serta dalam musyawarah, menjenguk orang sakit, melayat bila tetangga yang meninggal dunia, membantu kegiatan yang di bangun dalam wilayah itu sendiri, membantu sesama masyarakat yang membutuhkan pertolongan, ikut serta melaksanakan masak-masak bersama seperti halnya di desa – desa.

2. Aktivitas ekonomi

Aktivitas ekonomi merupakan suatu kegiatan penduduk yang didorong oleh motif tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidup yang memanfaatkan lingkungan baik itu lingkungan abiotik dan sosial. Benda yang digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya terbagi menjadi dua bagian diantaranya barang dan jasa. Sedangkan untuk aktivitas ekonomi secara umum ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu aktivitas utama produksi, distribusi dan konsumsi (Abda, 2018).

Dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya, masyarakat berusaha untuk mencari lapangan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian dan kemampuannya. Aktivitas ekonomi jika dilihat secara umum maka dapat dibagi menjadi berdasarkan tempat dan berdasarkan pekerjaan. Aktivitas ekonomi dilakukan oleh masyarakat berdasarkan tempat yaitu desa dan kota. Sedangkan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat berdasarkan pekerjaan yaitu pertanian dan non pertanian.

2.1.8 Sarana dan prasarana Pasar

Pengembangan pelayanan ekonomi bagi masyarakat membutuhkan sarana-sarana yang mendukung pelayanan tersebut. Sarana merupakan segala sesuatu yang bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai suatu maksud ataupun tujuan (Suryani, 2015). Sarana dapat dibedakan menjadi sarana sosial dan juga sarana ekonomi.

1. Sarana sosial meliputi sebagai berikut :
 - a. Pendidikan, meliputi Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Atas (SMA).
 - b. Kesehatan, meliputi Puskesmas, Pusekes Pembantu, Puskesmasdes, Polindes, dan Posyandu.
 - c. Peribadatan, meliputi Masjid, Gereja, Vihara, Pura dan tempat peribadatan lainnya.
2. Sarana ekonomi, ialah perbelanjaan dan niaga yang meliputi pasar, bank, koperasi.

Sarana tersebut sangat berperan penting bagi pengembangan wilayah yang akan didukung oleh prasarana untuk melengkapinya. Maka dari itu diperlukan pengembangan sarana untuk meningkatkan pelayanan kebutuhan masyarakat daerah.

Fasilitas Fisik Pasar terdapat 8 elemen dalam (Fausih L, 2019) antara lain yaitu :

1. Elemen Utama

Salah satu elemen utama yang terdapat pasar yaitu ruang terbuka. Area ini biasanya digunakan sebagai tempat los-los pedagang non permanen atau area parkir liar yang mulai marak muncul pada saat ini. Elemen utama yang lainnya yaitu ruang tertutup yang dimaksud adalah ruangan yang tertutup atap namun tidak tertutup sepenuhnya oleh dinding atau penyekat ruangan lainnya. Contohnya seperti kios, toko, los, dasaran, kamar mandi dan gudang.

2. Elemen Penunjang

Sarana penitipan kendaraan/parkir, sarana bongkar muat, mekanikal elektrik, sarana komunikasi, sarana penambatan hewan, jalan khusus, sarana pengamanan, sarana hygiene dan sanitasi.

3. Elemen pendukung

Beberapa elemen pendukung yang ada di pasar adalah pusat pelayanan kesehatan, penitipan anak, pusat pelayanan jasa angkot, kantor pengelola, kantor koperasi, tempat ibadah/mushola/mesjid.

4. Jaringan jalan

5. Jaringan angkutan manusia dan barang

6. Tempat parkir

a) Umum merupakan tempat parkir kendaraan pengunjung yang berupa sepeda motor, ataupun mobil.

b) Halte atau terminal merupakan tempat pemberhentian ataupun pangkalan angkutan umum seperti bus kota, andong, becak atau sepeda motor pedagang.

7. Jaringan utilitas

Jaringan utilitas yang dimaksud adalah saluran listrik, air bersih hydrant, komunikasi, dan sampah. Selain itu terdapat saluran-saluran air kotor dan limbah yang memenuhi kebutuhan pasar.

8. Fasilitas sosial

Fasilitas sosial seringkali terlupakan pada pasar rakyat saat ini. Salah satu contoh sederhana fasilitas sosial yang dapat diaplikasikan pada pasar rakyat yaitu teras yang digunakan sebagai interaksi sosial. Selain itu, pemberian vegetasi yang dapat dijadikan tempat berteduh dan menjalin interaksi sosial.

2.1.9 Pelayanan Transaksi

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Tjiptono, 2015). Konsumen pada hakekatnya akan membeli beberapa produk yang dapat memenuhi keinginannya dan kebutuhannya. Salah satu elemen penting yang menjadi

pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya kualitas pelayanan (Wibowati, 2021), baik itu produk fisik atau barang kualitas dapat dilihat secara obyektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan dalam penjualan produk tersebut baik pelayanan sebelum dan sesudah pembelian.

Dengan demikian konsumen bisa mengukur kualitas barang dengan melihat hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan baik sebelum dan sesudah barang dibeli mulai dari faktor fisik, jaminan pelayanan, kemampuan pelayanan, bukti pelayanan, dan lain sebagainya (Herawati, 2018).

Sehingga kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang/penjual jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang (Husna Khutimah, 2018).

2.1.10 Bahan pokok

Sembako adalah singkatan dari sembilan bahan pokok yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia (Chezy WM., 2016). Sembako sangat penting sekali bagi masyarakat dimana berguna untuk memenuhi kebutuhan barang pokok. Tanpa sembako kehidupan rakyat Indonesia bisa terganggu karena sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib ada dijual bebas di pasar.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No 59 Tahun 2020 menetapkan barang kebutuhan pokok dan atau barang penting sebagai berikut :

- a. Jenis barang kebutuhan pokok terdiri dari :
 1. Barang kebutuhan pokok hasil pertanian :
 - a) Beras
 - b) Kedelai bahan baku tahu dan tempe

- c) Cabe
- d) Bawang merah
- 2. Barang kebutuhan pokok hasil industri
 - a) Gula
 - b) Minyak goreng
 - c) Tepung terigu
- 3. Barang kebutuhan pokok hasil peternakan dan perikanan
 - a) Daging sapi
 - b) Daging ayam
 - c) Telur ayam
 - d) Ikan segar yaitu : bandeng, kembung dan tongkol/tuna/cakalang.

Kebutuhan bahan pokok sangat berguna sekali untuk melangsungkan kehidupan masyarakat sekitar. Dengan adanya pasar masyarakat bisa membeli kebutuhan pokok yang dibutuhkan maka dari itu pasar ini sangat berfungsi sekali untuk kehidupan bermasyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok. Sehingga masyarakat perlu sekali dengan adanya kebutuhan pokok di Pasar-Pasar, Toko-Toko supaya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mudah.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini membahas mengenai Upaya Pengembangan Aktivitas di Pasar Rakyat Cibeureum sebagai Pelayanan Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya. Untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. 1
Penelitian Relevan

Aspek	Penelitian yang sudah dilakukan			Penelitian yang sedang di lakukan
	Yesi Tisnawati 2018	Elis Sulastri 2019	Resa Andriani 2020	Muhamad Ali Rafi 2022
Judul	Pasar Sodonghilir sebagai pusat pelayanan kegiatan ekonomi di Desa Sodonghilir Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya	Pasar Rancah sebagai Pusat Pelayanan Ekonomi Masyarakat di Desa Rancah Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis	Pembangunan Pasar Purbaratu sebagai upaya meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kelurahan Singkup Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya	Upaya peningkatan Aktivitas Pasar Rakyat Cibereum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor–faktor apakah yang berpengaruh terhadap keberadaan pasar Sodonghilir di Desa Sodonghiliri Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya 2. Upaya upaya apakah yang sudah dilakukan di pasar Sodonghilir untuk menjadi pusat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor–faktor apa yang mempengaruhi perkembangan Pasar Rancah sebagai pusat pelayanan ekonomi masyarakat di Desa Rancah Kabupaten Ciamis? 2. Bagaimana karakteristik Pasar Rancah sebagai pusat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kondisi pembangunan Pasar Purbaratu di Kelurahan Singkup Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya? 2. Bagaimana motivasi masyarakat terhadap pembangunan Pasar Purbaratu dalam upaya meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan tidak meningkatnya aktivitas di Pasar Rakyat Cibereum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya? 2. Bagaimana

Aspek	Penelitian yang sudah dilakukan			Penelitian yang sedang di lakukan
	Yesi Tisnawati 2018	Elis Sulastrri 2019	Resa Andriani 2020	Muhamad Ali Rafi 2022
	pelayanan kegiatan ekonomi di Desa Sodonghilir Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya	pelayanan ekonomi masyarakat di Desa Rancah Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis?	kan perekonomian masyarakat di Kelurahan Singkup Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya?	upaya untuk meningkatkan aktivitas di Pasar Rakyat Cibereum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya?
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh keberadaan pasar Sodonghilir kabupaten Tasikmalaya yaitu lokasi pasar yang strategi, jaraknya yang dekat , jumlah kios dan jongko yang semakin bertambah, serta sarana transportasi tersedia lengkap.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor–faktor yang mempengaruhi perkembangan pasar Rancah sebagai pusat pelayanan ekonomi masyarakat di Desa Rancah Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis adalah lokasi pasar yang strategis sehingga mudah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kondisi Pembangunan pasar purbaratu Kota Tasikmalaya yaitu kantor pengelola, jongko lapak, jalan penghubung, tempat parkir, toilet, mushola, pos keamanan, dan tempat pembuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor–faktor yang tidak meningkatnya aktivitas di pasar Rakyat Cibereum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di kelurahan Margabakti Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya adalah Pengelolaan

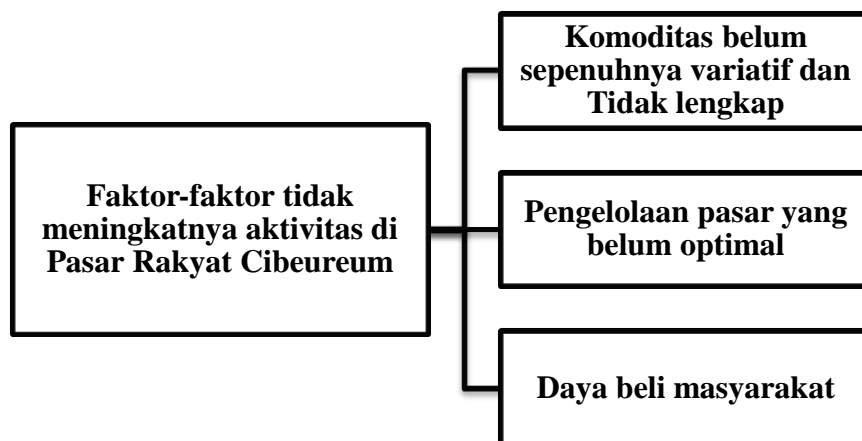
Aspek	Penelitian yang sudah dilakukan			Penelitian yang sedang di lakukan
	Yesi Tisnawati 2018	Elis Sulastri 2019	Resa Andriani 2020	Muhamad Ali Rafi 2022
	Adapun upaya yang sudah dilakukan di pasar Sodonghilir untuk menjadi pusat pelayanan kegiatan ekonomi di Desa Sodonghilir Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya yaitu pasar dioperasikan setiap hari, peningkatan sarana dan prasarana fasilitas umum menambah dan mengembangkan kawasan pasar.	dijangkau dari kecamatan serta jaraknya dekat dengan permukiman penduduk, sarana transportasi lancar dan jenis barang tersedia lengkap untuk kebutuhan sehari hari. Karakteristik pasar Rancah sebagai pusat pelayanan ekonomi masyarakat di Desa Rancah kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis dapat dilihat dari wujudnya, cara transaksinya, menurut waktunya dan kondisi pasar serta dalam kategori nyaman.	sementara. Persepsi masyarakat terhadap pembangunan Pasar Purbaratu dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat di Kelurahan Singkup Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya yaitu orientasi kebutuhan, orientasi perasaan, orientasi transportasi, orientasi mobilitas, dan orientasi lapangan pekerjaan.	pasar yang belum optimal, Daya beli masyarakat, Komoditas belum sepenuhnya variatif dan tidak lengkap. Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan aktivitas di pasar Rakyat Cibeureum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya adalah Meningkatkan pengelolaan pasar, Meningkatkan daya tarik pengunjung, Peningkatan variasi komoditas lebih variatif dan lengkap

Sumber : Literasi, 2023

2.3 Kerangka Konseptual

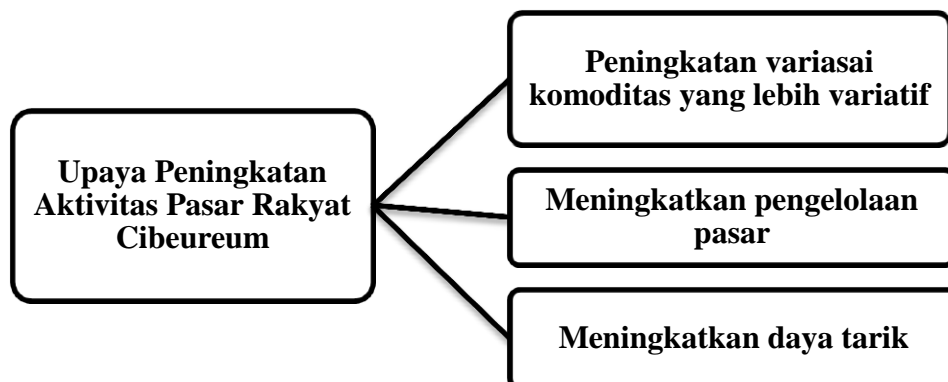
Kerangka konseptual adalah sebuah kerangka yang didalamnya menjelaskan konsep yang terdapat pada asumsi teoritis, yang kemudian digunakan untuk mengistilahkan unsur yang terdapat dalam objek yang akan diteliti serta menunjukkan adanya hubungan antar konsep tersebut (Ahyar, 2020).

1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan tidak meningkatnya aktivitas di Pasar Rakyat Cibeureum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.
 - a. Pengelolaan pasar yang belum optimal
 - b. Daya beli masyarakat
 - c. Komoditi belum sepenuhnya variatif dan tidak lengkap



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual I

2. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan aktivitas Pasar Rakyat Cibeureum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya.
 - a. Meningkatkan pengelolaan pasar
 - b. Meningkatkan daya tarik
 - c. Meningkatkan variasi komoditas yang lebih variatif dan lengkap



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual II

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu asumsi atau anggapan yang bisa benar atau bisa salah mengenai sesuatu hal dan dibuat untuk menjelaskan sesuatu hal tersebut sehingga memerlukan pengecekan lebih lanjut (Abdullah, 2015).

Hipotesis penelitian ini yaitu :

1. Faktor–faktor yang tidak meningkatnya aktivitas di Pasar Rakyat Cibeureum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya sebagai berikut : Pengelolaan pasar yang belum optimal, Daya beli masyarakat, Komoditas belum sepenuhnya variatif dan tidak lengkap.
2. Upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan aktivitas di Pasar Rakyat Cibeureum sebagai pelayanan ekonomi masyarakat di Kelurahan Margabakti Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut : Meningkatkan pengelolaan pasar, Meningkatkan daya tarik, Peningkatan variasi komoditas lebih variatif dan lengkap.