

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Rujukan

Penelitian yang pertama yaitu Aryani. (2011) “Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan *Minimarket* Di Kota Malang”. Penelitian yang dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif dengan cara menyebarkan kuisioner dan metode wawancara mendalam terhadap narasumber yang dituju, maka penelitian secara kuantitatif tersebut menunjukkan bahwa pendapatan pedagang tradisional mengalami penurunan dengan banyaknya kemunculan *minimarket*. Hal ini juga menunjukkan bahwa keberadaan pasar *modern* di sekitar pasar tradisional dapat menyebabkan turunya pendapatan para pedagang pasar tradisional.

Penelitian yang kedua yang dilakukan oleh Indiasuti. (2008) “Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis Di Kota Bandung”. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan analisis deskriptif dengan menggunakan metode *law of comparative judgment* (LCJ). Hal ini telah menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki keunggulan, keunggulan yang pertama yakni tawar menawar yang dilakukan di pasar tradisional dan keunggulan kedua yaitu masih ada dari para pembeli yang masih suka melakukan pembelian di pasar tradisional. Akan tetapi keunggulan tersebut tidak bisa dijadikan alasan utama pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern, karena di pasar modern banyak yang tidak bisa dilakukan oleh pasar tradisional, seperti pelayanan fasilitas yang disediakan.

Penelitian yang ketiga yang dilakukan oleh Suryadarma Dkk. (2007) dengan judul ”Dampak *Supermarket* terhadap Pasar dan Pedagang Ritel

Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia”. Penelitian yang dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan metode *difference-in-difference* (DiD) dan metode ekonometrik, serta secara kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini tidak menemukan dampak signifikan pada pendapatan dan keuntungan pedagang ritel pasar tradisional, akan tetapi terdapat dampak signifikan *Supermarket* pada jumlah pegawai pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa keadaan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah yang terjadi dalam pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada *Supermarket* yang dapat menurunkan pendapatan pasar tradisional.

Tabel 2.1 : Penelitian Rujukan

Peneliti /Tahun	Tujuan	Kajian	Metode	Hasil
Aryani (2011)	Untuk mengetahui pendapatan pedagang tradisional dari ramainya kemunculan <i>minimarket</i> di kota malang	Dampak pasar <i>Modern</i> bagi pasar tradisional	deskriptif kualitatif	Hal ini juga menunjukkan bahwa keberadaan pasar <i>modern</i> di sekita pasar tradisional dapat menyebabkan turunya pendapatan para pedagang pasar tradisional.
Indiastuti dkk (2008)	Untuk mengetahui Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis Di Kota Bandung	Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Usaha Yang Dinamis	analisis deskriptif dengan menggunakan metode <i>law of comparative judgment</i> (LCJ)	menunjukkan bahwa pasar tradisional masih memiliki keunggulan, keunggulan yang pertama yakni tawar menawar yang dilakukan di pasar tradisional dan keunggulan

				kedua yaitu masih ada dari para pembeli yang masih suka melakukan pembelian di pasar tradisional.
Suryadarma dkk. (2007)	Untuk mengetahui Dampak <i>Supermarket</i> terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia	Dampak pasar <i>Modern</i> bagi pasar tradisional	kuantitatif dengan menggunakan <i>difference-in-difference</i> (DiD) dan metode ekonometrik	Hal ini menunjukkan bahwa keadaan yang terjadi di pasar tradisional kebanyakan bersumber dari masalah yang terjadi dalam pasar tradisional yang memberikan keuntungan pada <i>Supermarket</i> yang dapat menurunkan pendapatan pasar tradisional.

Sumber : Diolah peneliti 2019

1. Perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dengan penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat yang digunakan, dan tipe penelitian yang digunakan juga berbeda, tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif sedangkan tipe penelitian yang digunakan Aryani kualitatif dan kuantitatif.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama ingin menelaah pendapatan pasar tradisional (Pedagang pakaian) dalam menghadapi pasar modern (*distro*)

2. Perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh Indiatuti dkk dengan penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat yang digunakan, dan metode analisis yang digunakan berbeda, yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini menggunakan metode *law of comparative judgment* (LCJ) sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis data adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama ingin menelaah pendapatan pasar tradisional (Pedagang pakaian) dalam menghadapi pasar modern (*distro*)

3. Perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh Suryadama dkk dengan penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat yang digunakan dan metode analisis yang digunakan berbeda, yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini menggunakan kuantitatif dengan metode *difference-in-difference* (DiD) dan metode ekonometrik sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis data adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama ingin menelaah pendapatan pasar tradisional (Pedagang pakaian) dalam menghadapi pasar modern (*distro*)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pasar Tradisional

Pasar adalah suatu tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, sekaligus yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi. Melalui interaksi tersebut penjual dan pembeli di pasar mereka akan menentukan tingkat harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjual belikan, pembeli juga bisa menawar harga yang telah di ajukan oleh pedagang tersebut. Pasar juga bisa diartikan sebagai tempat geografis, yang di mana didalamnya banyak orang berkumpul untuk bertransaksi antara pedagang dan pembeli untuk jual dan beli suatu barang yang di ada dan di tawarkan, akan tetapi untuk sekarang, pasar tidak mempunyai batasan geografis dengan alat komunikasi di era globalisasi saat ini seperti *gadget*, PC maupun laptop mereka bisa belanja secara online yang hanya melihat produk melalui aplikasi yang ada, karena komunikasi *modern* saat ini yang memungkinkan pembeli dan penjual bertransaksi tanpa melihat wajah dan melihat kondisi barang yang ingin di beli.

Pasar Tradisional merupakan pasar yang telah dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah dan sudah termasuk kerjasama dengan swasta, tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau yang dikelola oleh para pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

2.2.1.1 Ciri-Ciri Pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Tempat yang terbuka, kotor

2. Selalu ada proses tawar menawar ketika melakukan transaksi pembelian barang
3. Tidak perlu menggunakan fungsi-fungsi manajemen : perencanaan, organisasi, pelaksanaan, kontrol.

2.2.2 Pengertian FO (*Factory Outlet*)

FO (*Factory Outlet*) adalah istilah yang dipakai untuk toko pakaian yang menjual pakaian jadi dengan brand atau merk yang terkenal dan merupakan (kebanyakan) pakaian sisa ekspor dengan kualitas yang berbeda-beda. Menurut Sopiah dan Syihabudin (2008:116) *Factory Outlet* adalah toko-toko yang berada di perkotaan maupun pedesaan yang awalnya menjual kelebihan produksi barang dagangan oleh produsen, yakni barang dagangan yang sudah outdate dan direject, dijual dengan harga lebih rendah. Menurut Kotler dan Keller (2009:141) *Factory Outlet* adalah toko yang dimiliki oleh perseorangan maupun organisasi bisnis, yang biasanya dioperasikan oleh pabrik dalam melakukan penjual barang pabrik yang lebih, tidak diproduksi lagi atau tidak reguler.

FO merupakan pembuat suatu model pakaian yang berbeda dari pada umumnya. Dibuat dengan berbagai ukuran, untuk jangka waktu tertentu, dan dalam waktu yang pendek, misalnya dua minggu. Sumbernya diadaptasi dari model-model luar negeri. Jangka waktu model pakaian ini tidak menentu, kadang satu minggu sudah berganti dengan model yang baru. Tetapi ada juga sebagian FO yang tak konsisten memegang konsisten tersebut. Model terbatas, edisi terbatas dan gaya yang terbatas ternyata bisa diperpanjang apabila banyak dibeli konsumen. Jangka waktu satu hingga dua minggu pun bisa berubah menjadi beberapa minggu atau bulan. Bahkan model dan gaya yang diproduksi dan dijual

dapat dijumpai di FO lain dengan model dan gaya yang hampir sama. Ada juga yang lebih ekstrem gaya serta model pakaian yang lagi laku keras, muncul kembali dan berulang-ulang dalam setiap edisi.

Factory Outlet termasuk pada jenis usaha pengecer dalam melakukan penjualan barang mereka dan tidak melakukan penjualan secara grosir, karena *Factory Outlet* sendiri pun mendapatkan barang dagangan yang akan dijual lewat dari produsen. *Factory Outlet* pun terbelah menjadi dua kelompok besar. Kelompok pertama yaitu *Factory Outlet* yang memegang erat tradisi yakni desain dan produksi terbatas. Sementara kelompok terakhir yaitu *Factory Outlet* yang menempuh paham bisnis seutuhnya. Yaitu memproduksi dan menjual pakaian sesuai dengan trend pasar konsumen yang ada.

2.2.2.1 Ciri-ciri FO (*Factory Outlet*)

Ciri-ciri *Distribution Store* adalah sebagai berikut :

1. Tempatnya nyaman, bersih membuat pembeli senang
2. Tidak ada proses tawar menawar karena harganya pas dan sudah di bandrol di setiap barang
3. Melakukan fungsi-fungsi manajemen : perencanaan, organisasi, pelaksanaan, kontrol.

2.2.3 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang telah didapat atau diterima oleh suatu penjual atau pebisnis yang dihasilkan dalam waktu yang panjang atau waktu yang dekat, dari penjualan produk ataupun jasa kepada para pelanggan. Menurut Jhon J. Wild (2003:311) secara garis besar pendapatan dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu

pendapatan menurut ilmu ekonomi, pendapatan adalah merupakan suatu nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang, dalam suatu periode atau waktu tertentu untuk mengharapkan suatu keuntungan.

Sedangkan pendapatan menurut ilmu akuntansi pendapatan adalah suatu hasil yang ada ketika menjual suatu barang dan jasa kepada organisasi bisnis dan dapat meningkatkan aktiva suatu perusahaan.

2.2.3.1 Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional

Pendapatan secara umum adalah hasil dari suatu keuntungan yang diperoleh oleh usaha seseorang. Pendapatan yang dimaksud disini adalah pendapatan para pedagang pasar tradisional, pendapatan pedagang pasar tradisional adalah suatu keuntungan yang diambil dari perolehan para pedagang mengambil keuntungan dari penjualan barang ataupun jasa kepada para pelanggan di pasar tradisional (Dewi dkk 2012).

2.2.3.2 Unsur-unsur Pendapatan

Menurut Hery dan Lekok (2012:24). unsur-unsur pendapatan yaitu asal dari pada pendapatan itu diperoleh dan ada, dimana unsur-unsur pendapatan tersebut meliputi:

1. Hasil pendapatan dari suatu barang yang telah dijual
2. Komisi yang diterima pemilik usaha dari kerjasama dengan usaha orang lain atau kerabat
3. Pendapatan dari penjualan lainnya, diluar dari penjualan barang maupun jasa

2.2.3.3 Sumber-sumber Pendapatan

Dalam pendapatan dapat diketahui bahwa sumber pendapatan itu diperoleh melalui beberapa aspek yang dimana aspek tersebut dapat dijabarkan menjadi tiga sumber pendapatan yaitu :

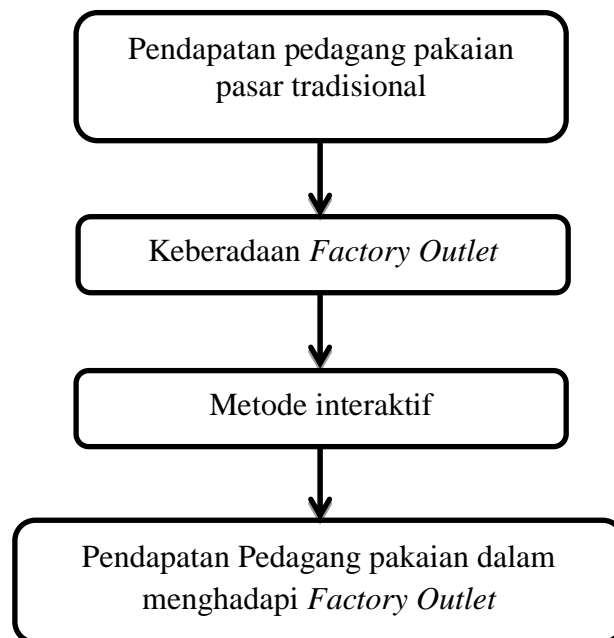
1. Pendapatan operasional, yaitu suatu pendapatan yang di dapat atau di peroleh dari penjualan barang atau jasa suatu usaha.
2. Pendapatan non operasional, yaitu dimana pendapatan yang diluar penjualan barang dan jasa suatu usaha.
3. Pendapatan luar biasa (*extra ordinary*), yaitu pendapatan yang tidak diharapkan suatu usaha karena berakibat pada usaha di masa yang akan datang. (Baridwan, 2011:28-35)

2.2.3.4 Pengukuran Pendapatan

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam mengukur suatu pendapatan yang diakui yaitu pengukuran pendapatan dengan satuan atau ukuran periode dan penetapan waktu bahwa pendapatan tersebut dapat dilaporkan sebagai pendapatan yang murni (Nordhaus 2003:264). Pengukuran pendapatan juga di lihat dari semakin lama waktu untuk bekerja maka akan semakin banyak pendapatan yang di peroleh(Santosa dan Handayani, 2018:50). Ikatan Akuntan Indonesia (2010) memberikan ketentuan mengenai pengukuran pendapatan yang dinyatakan dalam Standar Akuntansi Keuangan.

2.3 Kerangka Pikir

Peneliti ini mengaji tentang pendapatan pedagang pakaian pasar tradisional di pasar Benjeng Kabupaten Gresik dalam menghadapi *FO (Factory Outlet)*. Keberadaan *Factory Outlet* yang dulunya hanya berada di wilayah kota saja kini di setiap kecamatan pun ada, selain lokasi yang dekat dengan pasar dan di pedesaan pun ada, *Factory Outlet* memberikan fasilitas yang nyaman, bersih dan pelayanan yang baik, sehingga para pembeli nyaman berada di *Factory Outlet*.



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

Dampak keberadaan *Factory Outlet* terhadap pasar tradisional adalah penurunan pendapatan pedagang pakaian pasar tradisional benjeng. Dengan Banyak orang berpendapat bahwa *Factory Outlet* dan pedagang pakaian pasar tradisional memiliki segmen pasar yang berbeda. Akan tetapi kenyataannya tidak benar, karena justru segmen *Factory Outlet* dan pedagang pakaian pasar tradisional adalah sama dan mereka bersaing secara bebas. Akibatnya, tentu saja pedagang pakaian pasar tradisional yang kalah karena beberapa keunggulan yang

ada pada *Factory Outlet* seperti bisa menjual produk dengan kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan cara pembayaran. Fakta yang terjadi dilapangan membuktikan bahwa pedagang pakaian di pasar tradisional benjeng tidak memperdulikan dengan banyaknya *Factory Outlet* yang ada di sekitar mereka, karena pendapatan yang mereka peroleh merupakan sumber kehidupan untuk berjalannya suatu usaha para pedagang.