

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Strategi Keberlanjutan

2.1.1.1 Pengertian Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik-Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013:89), kata “Strategi secara etimologis berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani yang terbentuk dari kata *stratos* atau tentara dan kata *ego* atau pemimpin. Kemudian menurut Mintzberg dan Waters (2013:5), mengemukakan bahwa “Strategi adalah pola umum tentang keputusan atau tindakan (*strategies are realized as patterns in stream of decisions or actions*)”. Menurut Ismail (2012:103), kata “Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang berasal dari *stratus* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang”. Sementara Nanang (2019:105), berpendapat bahwa “Strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan”.

Jika kita menelusuri dalam pengertiannya, strategi merupakan rencana fundamental untuk menetapkan arah keseluruhan dari suatu unit bisnis dalam mencapai arah tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan (Alma dalam Yulianto, 2015:298).

Berdasarkan beberapa definisi strategi menurut arti bahasa yang digunakan, maka dapat dijelaskan bahwa strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu. Kemudian, dapat diartikan bahwa strategi ialah suatu perencanaan langkah selanjutnya agar bisa memberikan yang terbaik dalam keseluruhan dari suatu unit yang mempunyai tujuan yang

jelas dan bisa melakukannya dengan keberhasilan yang maksimal sesuai tujuannya.

2.1.1.2 Konsep Strategi Keberlanjutan

Pengusaha pasti menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berkelanjutan. Keberadaan usaha akan bermanfaat jika lingkungan usaha mampu menerima keberadaan usaha. Keberlanjutan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. Beberapa usaha dapat ditemui memiliki keberlanjutan usaha sampai turun-temurun. Kepemimpinan yang diturunkan oleh pemilik pertama kepada turunannya, membuat keberlanjutan usaha akan terus berjalan.

Nilai jangka panjang tersebut dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimplementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan (Trimagnus, 2019:379). Lalu menurut Widayanti (2017:109), “Keberlanjutan usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertambahan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha”.

Bagi manusia, bekerja berarti berperan aktif dalam proses kultural berdasarkan sistem imbalan berhak akan bagian dan hasil usaha kolektif. Manusia merasa bahwa dia harus bekerja sehingga memperoleh penghasilan sebagai sumber kehidupan. Hal ini telah membudaya dalam kehidupan manusia bahwa dengan bekerja, orang dapat makan, dan dengan bekerja, orang dapat melanjutkan hidupnya. Manusia selalu bekerja berdasarkan sistem agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, berdasarkan sistem mata pencaharian, baik sebagai buruh, petani, peternak dan nelayan. Ada yang dilakoni manusia sebagai pekerja pokok tetapi ada juga yang melakukannya sebagai pekerja sampingan, demi menambah penghasilan keluarga. Kebutuhan manusia kian hari kian bertambah, dan tidak terbatas. Hal inilah yang mendorong manusia untuk terus bekerja dan mencari sumber

penghasilan tambahan demi kebutuhan hidupnya, sehingga orang miskin dan tidak mampu secara ekonomi tidak akan pasrah pada nasibnya. Mereka akan berusaha untuk bekerja agar tetap bisa bertahan hidup (Gianawati, 2015:53-55).

Jadi dapat dijelaskan bahwa, strategi keberlanjutan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh masyarakat lokal atau penduduk lokal dalam kehidupannya untuk membangun suatu kegiatan dan kapabilitas dukungan sosial bersifat ragam dalam rangka bisa meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan perekonomian dalam aktivitas rumah tangga. Hal tersebut menunjukkan bahwa, masyarakat lokal atau penduduk lokal mempunyai usaha yang kuat untuk melangsungkan kehidupannya. Konsep strategi keberlanjutan biasanya digunakan untuk melihat strategi orang kalangan menengah ke bawah dalam efektivitas perekonomian. Sejalan dengan itu, strategi keberlanjutan adalah strategi usaha di sektor pasar, nelayan, dan petani lapisan bawah, menunjuk kepada adanya sumber yang di luar pertanian sebagai sumber nafkah untuk mencukupi kekurangan di sektor pertanian. Dengan demikian, bahwa strategi tidak saja digunakan pada orang miskin, akan tetapi masyarakat yang mengalami perubahan mata pencaharian hidup sehari-hari yang merupakan sumber pendapatan hidup. Pengertian strategi keberlanjutan tidak saja kepada cara atau alternatif, akan tetapi berorientasi kepada proses terus menerus untuk sebuah keberlanjutannya yang dilakukan oleh individu atau kelompok ketika mengalami guncangan dalam kehidupannya. Proses tersebut dilakukan sebagai tahapan yang bersifat *step by step* dalam meraih perekonomian untuk lebih baik. Jika kita menelusuri pengertian tentang strategi keberlanjutan bahwa apa yang dilakukan oleh individu atau kelompok masyarakat lokal, terutama masyarakat yang di sektor pedagang pasar mengalami naik turunnya jual beli, aktivitas yang dilakukan tidak bersifat cepat, akan tetapi penuh dengan kesesuaian atau adaptasi yang baik. Kemudian Irwan dan Indraddin (2016:32-34) mengatakan bahwa, “Strategi merupakan sebuah proses aktif yang dilakukan individu atau

kelompok dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik secara ekonomi, politik, budaya, maupun sosial”.

2.1.1.3 Jenis Strategi Aktif, Strategi Pasif, dan Strategi Jaringan

Strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi bertahan hidup dapat digolongkan menjadi tiga kategori yaitu jenis strategi aktif, jenis strategi pasif, dan jenis strategi jaringan untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Jenis Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Strategi keberlanjutan yaitu untuk kelangsungan usaha agar berjalan secara terus-menerus, memenuhi hidup sehari-hari dengan cara pinjam alat/tauke penampung penjualan ikan. Kemudian dengan cara dicukup-cukupkan dengan apa yang ada. Strategi bertahan hidup menghadapi kondisi alam (angin utara dan musim hujan) maka pada umumnya mempunyai cara atau strategi untuk tetap bertahan di daratan (tidak mencari ikan atau bertani) tetapi mencari kayu bakau di pesisir pantai yang lebih ke arah darat sebagai sumber nafkah. (Sri Endang Kornita dan Yusbar Yusuf, 2017:107-112). Lalu strategi menurut Rangkati (2015:13), ialah “Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk akan selalu bersaing diberbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dengan demikian, strategi bisnis dapat ditekankan pada *Strategic Business Units (SBU)*”.

b. Jenis Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan strategi yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional dengan cara mengurangi pengeluaran. Adapun strategi pasif yang dilakukan yaitu (1) Menghemat

pengeluaran untuk konsumsi (2) Mengurangi barang dagangan (3) Mengambil dari tabungan sebelum adanya pandemi (4) Menghemat pengeluaran untuk baju. Strategi keberlanjutan pasif menjadi cara kelanjutan pedagang pasar tradisional untuk menghemat pengeluaran ditengah produk-produk yang mahal sehingga pengeluaran keluarga dapat diminimalisir dan diantisipasi dengan baik. (Dewi Ayu Hidayati, 2022:3956). Dengan demikian ada pengertian strategi kompetitif menurut Robbins dan Coulter (2016:253), Mengatakan “Strategi kompetitif ini menggambarkan bagaimana organisasi tersebut akan bersaing di pasar. Namun bagi organisasi yang bergabung dalam berbagai bisnis, setiap bisnis mempunyai strategi kompetitifnya sendiri yang mendefinisikan keunggulan kompetitifnya, produk atau jasa yang ditawarkan, pelanggan yang ingin dijangkaunya, dan semacamnya”.

c. Jenis Strategi Jaringan

Strategi jaringan merupakan strategi yang dilakukan dengan cara menjalin relasi, baik formal maupun dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan (misalnya meminjam uang kepada tetangga, mengutang di warung atau toko, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke rentenir atau bank dan sebagainya). (Mulawarman, 2020:32-33). Kemudian strategi menurut Anthony, Parrewe, dan Kacmar (2013:178), Mensepakati bahwa “Strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi”.

Berdasarkan penjelasan yang di atas dapat disimpulkan bahwa strategi ialah suatu perencanaan untuk melakukan suatu agar bisa berhasil atau sampai tujuan. Adapun untuk melakukan segala cara agar bisa memanfaatkan segala potensi yang dimiliki.

2.1.2 Pedagang Pasar Tradisional

2.1.2.1 Pedagang

Arti kata dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan maupun laba dan rugi, sedangkan pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan dengan berdagang. Pada pasal 2 KUH Dagang disebutkan bahwa, pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perdagangan sebagai pekerjaannya sehari-hari (Sidabalok, 2020:89). Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yusuf, 2019:102). Sedangkan menurut Eko Sujatmiko (2014:231), Mengatakan “Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan”. Pedagang dibagi menjadi tiga sebagai berikut:

- a. Pedagang kecil, adalah pedagang yang membeli barang dagangan dalam jumlah sedang dan menjualnya kembali kepada konsumen akhir.
- b. Pedagang menengah, adalah pedagang yang membeli barang dagangan dalam jumlah besar dan menjualnya kembali kepada para pedagang kecil dalam jumlah sedang atau kecil. Contohnya penyalur dan toko besar.
- c. Pedagang besar, adalah pedagang yang kegiatannya membeli barang dalam jumlah yang besar dan menjualnya kembali dengan jumlah yang besar pula. Contoh pedagang besar adalah agen, grosir, importir, dan eksportir (Oktima, 2012: 224).

Pedagang pasar tradisional dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios. Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar, sedangkan pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu menempati los, luar los, dan dasaran (Nikmah, 2015).

2.1.2.2 Pasar Tradisional

Pengertian pasar dalam kamus ekonomi adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian (Oktima, 2012:216).

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran. Pengertian ini berkembang menjadi pertemuan atau hubungan antara permintaan dan penawaran.

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau transfer atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa. Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kesepakatan tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya

transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang. Kasmir (2015:23) mendefinisikan “Pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran. Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli”. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang, untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.

Menurut pengertian dari sumber-sumber yang digunakan, pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah atau swasta berbentuk stan, los, toko, atau kios dimana terjadi kegiatan tawar-menawar dalam aktifitas perdagangan antara penjual dan pembeli.

Sumber-sumbernya antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Bayu Swaatha (2013:61-62), “Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa kios, los toko, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil menengah, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar”.

- b. Menurut Sadilah, dkk (2012:57). “Pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses tawar menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala, dan pasar harian”.
- c. Menurut Abdul Wahab (2016:167-186) “Pasar tradisional sebagai wadah bagi sektor usaha rakyat merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi langsung.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Menurut Raba Nathaniel (2020:89), “Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjualbelikan berupa barang kebutuhan pokok”.

Pasar tradisional lebih bercirikan bazar *type economic* skala kecil. Karenanya. Pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam wilayah. Selain itu pasar tradisional terbukti memberikan kesempatan bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya. Pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah.

2.1.3 Keberlanjutan Usaha Pedagang Pasar Tradisional

Strategi berkelanjutan perusahaan di Indonesia mengarahkan tanggung jawab sosial perusahaan saat ini untuk lebih memperhatikan upaya menciptakan nilai-nilai bisnis yang bersamaan dengan upaya mengatasi masalah sosial kemanusiaan dan lingkungan (Rangan, Chase & Karim, 2012:67).

Keberlanjutan pasar tradisional dianggap relevan karena di negara maju sekalipun, praktek perdagangan tradisional masih tetap ada. Peran usaha kelas menengah sebagai pelaku usaha utama pada tingkatan masyarakat di daerah baik dalam memberikan lapangan kerja dan membuka kesempatan usaha yang menguntungkan. Kemudian Menurut Brinkmann (2016:89) “Keberlanjutan dapat secara ringkas didefinisikan sebagai melakukan kegiatan untuk melestarikan lingkungan bagi masa depan generasi”. Secara umum, keberlanjutan usaha atau *sustainable business* ini memiliki tiga komponen dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* yang terdiri dari *profit, people, dan planet*.

2.2 Kajian Penelitian Relevan

Kajian penelitian relevan merupakan bagian yang membahas teori-teori serta mengkaji penelitian-penelitian yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini, pengkajian terkait dengan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, dimaksudkan sebagai bahan acuan dan berguna untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian yang sudah ada. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Syarif Nasrullah, Sigit Adhi Pratomo, dan Sudiyo Widodo (2019) dengan judul “Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Menentukan Usaha Sentra Mie Soun Desa Manjung Klaten, Jawa Tengah”. Tujuan penelitian, yaitu untuk

mewujudkan keberlanjutan usaha yang dipertimbangkan melalui aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial. Metode penelitiannya menggunakan analisis *External Factor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE), serta matriks Internal Eksternal (IE). Hasil penelitiannya adalah menentukan strategi keberlanjutan usaha yang sesuai untuk mie soun Desa Manjung Klaten, Jawa Tengah. Oleh karena itu, Desa Manjung, Klaten, Jawa Tengah dikenal sebagai desa sentra penghasil mie soun. Jadi, simpulan penelitian, yaitu kemandirian dalam penyediaan bahan baku menjadi kunci utama agar keberlanjutan usaha dapat direalisasikan dengan baik.

2. Jurnal Kalibrasi 14 (1), tahun (2016) oleh Hani Priyani, Ani Ikhwana yang berjudul “Strategi Keberlanjutan Usaha Dodol Sarinah dengan Menggunakan *Balanced Scorecard* pada PD. Sarinah Garut”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan peta kinerja perusahaan pada PD. Sarinah Kabupaten Garut dengan menggunakan BSC serta mendapatkan strategi dalam upaya mendukung keberlanjutan perusahaan dodol pada PD. Sarinah Kabupaten Garut. Lalu untuk metode penelitiannya menggunakan data visi, misi, dan strategi perusahaan. Teruntuk hasil penelitiannya yaitu perbaikan mengenai kondisi proses bisnis perusahaan yang dapat diketahui melalui BSC dengan mempertimbangkan 4 perspektif yaitu perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Kemudian simpulannya perspektif pembelajaran dan pertumbuhan mendapatkan total nilai skor 0. Sehingga pemetaan kinerja perusahaan PD. Sarinah dengan BSC mendapatkan nilai Cukup Baik.
3. Penelitian dalam jurnal Penyuluhan 13 (1), 31-39, tahun (2017) oleh Titik Sumarti, Rokhani Rokhani, Sriwulan Ferindian Falatehan yang berjudul “Strategi pemberdayaan petani muda kopi wirausaha di Kabupaen Simalungun”. Dalam penilitian ini mempunyai tujuan yaitu kopi arabika simalungun agar mampu bersaing di dunia Internasional dan juga memberdayakan petani muda kopi wirausaha. Lalu untuk

metode penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis data primer. Kemudian hasil penelitiannya yaitu strategi pemberdayaan petani muda kopi wirausaha memerlukan dua komponen, pertama faktor penggerak, seperti perubahan sistem ekonomi non pasar menjadi pasar, dan yang kedua faktor pelancar, seperti membangun kolektifitas. Adapun untuk simpulannya dari pemberdayaan petani muda kopi wirausaha membuka akses pasar, penyuluhan dan pendampingan usaha kopi berbasis informasi dan teknologi. Dalam era pasar bebas (MEA), diperlukan reposisi petani muda kopi dari petani produsen menjadi petani pemasok.

4. Jurnal Ilmiah *Fillia Cendekia* 7 (1), 21-25, tahun (2022) oleh Irham Fidaruzziar, Nanang Dwi Wahyono, Yossi Wibisono, Niswatin Hasanah yang berjudul “Strategi Keberlanjutan Usaha Ekspor Peternakan Domba sebagai Komoditas Ekspor di Kabupaten Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberlanjutan dan merancang strategi keberlanjutan usaha ekspor domba di Kabupaten Jember. Kemudian untuk metodologi yang digunakan adalah Multi Dimensional Scaling (MDS) untuk menganalisis keberlanjutan dengan menggunakan 10 atribut. Lalu hasil penelitiannya analisis dimensi teknologi menunjukkan bahwa usaha ekspor komoditas domba di Jember dikategorikan “cukup berkelanjutan” dengan nilai 60, 88. Adapun untuk simpulannya yaitu keberlanjutan usaha peternakan domba sebagai komoditas ekspor di Kabupaten Jember dikategorikan “cukup berkelanjutan” namun faktor yang sangat mempengaruhi keberlanjutan dimensi teknologi dan perlu diperhatikan adalah kesesuaian teknologi yang ada dengan kebutuhan peternakan nilai pengaruh atribut sebesar 4,47.

Berdasarkan beberapa penelitian relevan tersebut, terdapat hubungan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Persamaannya, yaitu dari segi topik bahasan yang membahas tentang strategi keberlanjutan usaha pedagang pasar tradisional adapun

perbedaannya yaitu dari segi objek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengkaji para pedagang di Pasar Mundu.