

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsep Pasar Tangguh

##### 1. Pengertian Pasar

Pasar menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti tempat untuk orang melakukan aktifitas jual beli.<sup>12</sup> Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu turut dalam melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya tersebut. Dalam arti luas pasar merupakan proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk mendapatkan harga kesinambungan atau kesepakatan pada tingkat harga berdasarkan permintaan dan penawaran lalu menukar barang atau jasa yang sesuai dengan uang begitu juga pembeli yang ingin menukar uang dengan kebutuhan yang diinginkan.<sup>13</sup>

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar tidak selalu dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja telah terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Begitu juga barang yang ditransaksikan bisa berupa apapun, mulai dari beras dan sayur, sampai jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi memiliki pasarnya sendiri-sendiri.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Kamus, *KBBI Daring*, 2016, diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kamus> pada 11 Juni 2022 pukul 17.05.

<sup>13</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2017), 6

<sup>14</sup> Budiono, *Ekonomi Mikro, Edisi Kedua, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1* (Yogyakarta: Bpfe, 2000), 77.

Sedangkan menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang maupun jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu.<sup>15</sup>

Pada dasarnya pasar memegang peran yang cukup penting dalam kegiatan ekonomi dan pembangunan perekonomian di suatu negara. Keberadaan pasar sangat membantu rumah tangga (rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen, dan pemerintah) dalam memperoleh kebutuhan dan atau juga pendapatan. Pasar merupakan fasilitas pelayanan umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan merupakan pusat ekonomi masyarakat yang dijadikan sebagai tempat utama bagi perekonomian mereka.<sup>16</sup>

Seiring dengan perkembangan jaman, dampak dari proses globalisasi dan liberalisasi perdagang dunia telah memacu terjadinya perubahan-perubahan yang drastis terhadap pembangunan dan perubahan dalam ekonomi. Hubungan antar negara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi investasi, industri, individu, maupun informasi. Selanjutnya semua penghalang terjadinya lalu lintas perdagangan antar negara dihilangkan. Hal tersebut menyebabkan inovasi pusat perbelanjaan baru seperti pasar modern di Indonesia yang berkembang mengikuti trend.

## 2. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Balai Usaha Milik Daerah

---

<sup>15</sup> Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Pasar, Edisi Pertama* (Jakarta: Prenada Media, 2018), 135.

<sup>16</sup> Subhan Purwadinata dan Ridolof Wenan Batilmurik, *Pengantar Ilmu Ekonomi Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Ekonomi*, 48.

termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, kios dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui system tawar menawar.<sup>17</sup>

Menurut menteri perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Salah satu pelaku pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan industri rakyat. Rata-rata didalamnya dipenuhi oleh masyarakat menengah kebawah, karena faktor harga yang menjadi pilihan utama.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditambahi dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan dapat dilakukan penawaran harga yang telah disepakati. Sistem yang terdapat dalam pasar tradisional ini adalah secara langsung, dimana pembeli yang menyepakati barang yang dibutuhkan harus segera membayar sejumlah harga yang telah ditentukan dan sudah sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan pada saat itu dan ditempat tersebut.

Pasar seperti ini umumnya ditemukan pada kawasan pemukiman padat penduduk, tujuannya agar masyarakat mudah dalam berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-hari dan masyarakat terbantu dengan lokasi yang tidak begitu jauh dengan rumah. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu yang sementara dengan pelayanan yang terbatas, namun ini semakin hari pasar berupaya dalam menyediakan pelayanan hingga hampir 24 jam.

---

<sup>17</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 12.

Adapun ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

- a. Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah.
- b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang membuat budaya dalam pasar tradisional terkenal dengan hubungan sosialnya sehingga terjalin kedekatan antara penjual dan pembeli.
- c. Tempat usaha yang beragam dan menyatu dalam satu lokasi pasar yang sama. Meskipun semua penjual berada pada lokasi yang sama, namun barang dagangan setiap penjual yang akan menjual barang-barang tetap akan berbeda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya, seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu dan daging.
- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan asli lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil produk pertanian bumi di daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi pada daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah pasar tersebut. Namun sebagian besar barang utama di daerah itu.

Pasar tradisional memegang peranan yang amat penting pada masa modern ini, terutama bagi masyarakat pedesaan. Masyarakat menganggap bahwa pasar juga merupakan pintu gerbang yang menghubungkan masyarakat dengan dunia luar. Hal ini menunjukkan bahwa pasar mempunyai peranan dalam perubahan-perubahan kebudayaan yang berlangsung didalam suatu

---

<sup>18</sup> Sinaga Pariaman, *Pasar Modern Vs Pasar Tradisional* (Jakarta: Kementrian Koperasi dan UKM, 2004), 7.

masyarakat. Melalui pasar ditawarkan alternatif-alternatif kebudayaan yang berlainan dari kebudayaan setempat.

### 3. Pasar dalam pandangan Islam

Islam adalah agama yang selain bersifat *syumuliyah* (sempurna) juga bersifat *barakiyah* (dinamis). Disebut sempurna karena Islam merupakan agama penyempurna dari agama-agama sebelumnya dan syari'atnya mengatur seluruh aspek dalam kehidupan, baik yang bersifat aqidah maupun muamalah.<sup>19</sup> Dalam kaidah tentang muamalah, Islam mengatur segala bentuk perilaku manusia dalam berhubungan dengan sesamanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya di dunia. Termasuk didalamnya adalah mengenai kaidah Islam yang mengatur tentang ekonomi dan mekanismenya. Dimana mekanisme ini bertujuan untuk membawa pada kemaslahatan umatnya.

Salah satu sistem ekonomi di jaman Nabi Muhammad SAW yang patut dijadikan panutan untuk diterapkan dalam kehidupan modern saat ini adalah sistem pasar (*al-suq*). Pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli, atauran, norma yang terkait dengan masalah pasar. Dengan fungsi diatas pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang mendzalimi pihak lain, maka pasar tidak lepas dengan sejumlah aturan syariat yang terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar. Dalam istilah lain dapat disebut sebagai mekanisme pasar menurut Islam.

---

<sup>19</sup> Abd Ghafur, "Mekanisme Pasar Perspektif Islam", Jurnal Iqtishodiyah, Vol.5, No.1 (2019), diakses melalui <http://core.ac.uk> pada tanggal 11 Juni 2022 pukul 20.10.

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persingan sempurna (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *freme* (kerangka) syariah. Dalam Islam sering disebut dengan transaksi yang terjadi secara sukarela. Pasar tidak membutuhkan kekuasaan besar untuk menentukan produksi dan konsumsi, biarkan individu memilih sendiri<sup>20</sup>

Dalam pandangan Islam pasar merupakan wahana atau tempat transaksi ekonomi ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang cukup memadai dalam pencapaian ekonomi tujuan ekonomi yang Islami. Secara teoritik maupun praktikal pasar memiliki bebarapa kelemahan, seperti mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selarasnya antara prioritas individu dengan sosial antara berbagai kebutuhan didalam masyarakat, adanya kegagalan pasar, ketidak sempurnaan persaingan dalam pasar dan lainnya. Islam sangat menghargai perniagaan yang halal dan baik, baik dari cara memperoleh dan hasil yang diperoleh. Sebagaimana yang tertera dalam firman Allah SWT Q.S An-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ  
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Shibghatullah Mujaddidi. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. (Jakarta: Duta Media Publishing, 2020), 200.

<sup>21</sup> Tim Penyusun Al-Qur'an, *Al-Qur'an Terjemahan Bahasa Indonesia*, 77.

## B. Konsep Pasar Tangguh

### 1. Pengertian Pasar Tangguh

Pasar tangguh adalah istilah yang merujuk pada pasar yang memiliki konsep untuk dapat bertahan dan berpartisipasi dengan baik dalam menghadapi perubahan tantangan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang terjadi saat ini. Kemampuan pada pasar tangguh adalah berfokus pada suatu tujuan yang mampu memberi solusi atas masalah mengenai krisis pasar, perubahan eksternal yang signifikan terhadap guncangan ekonomi dengan cara meminimalisir dampak negatif dan mempercepat pemulihan. Adapun beberapa konsep dan prinsip yang berkaitan dengan kemampuan pasar untuk menjadi tangguh :

- a. Kolaborasi dan partisipasi : program pasar tangguh didasarkan dengan adanya kerjasama antar pedagang, pengelola pasar, pemerintah daerah dan pihak terkait lainnya. Adanya kolaborasi yang baik maka akan mendorong sinergi dan kerjasama untuk memperkuat peran pasar dan kelangsungan usaha para pedagang didalamnya.
- b. Penguatan kapasitas : program pasar tangguh juga memberikan perhatian pada penguatan kapasitas pedagang. Ini melibatkan pelatihan keterampilan, pendampingan bisnis, konsep pengembangan usaha, sosialisasi tentang pemahaman Covid-19 dan mengenalkan trend and strategi untuk tetap *survive* berjualan dimasa pandemi.
- c. Pemantapan infrastruktur : program ini sangat menjaga pentingnya infrastruktur. Bahayanya pandemi mengharuskan penataan pasar yang baik dan kondusif. Ini meliputi penyediaan fasilitas yang memadai untuk

menunjang aktifitas penekanan angka penyebaran Covid-19, peningkatan kebersihan, keamanan, tata letak yang efisien untuk menjaga jarak.

- d. Peningkatan kualitas produk : program pasar tangguh mendorong pedagang untuk meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan. Ini melalui pemilihan bahan baku yang baik, praktik produksi yang sehat dan aman, serta inovasi untuk berkomunikasi dengan pedagang dengan tetap menjaga kualitas produk dan menghindari banyaknya kontak fisik.
- e. Pemasaran dan promosi : program ini mengakui pentingnya pemasaran yang efektif dan promosi produk agar dapat memotivasi banyak pasar lain untuk mengikuti sistem pasar yang aman dalam beroperasi dimasa pandemi. Dalam hal ini program pasar tangguh menyediakan dukungan dengan membukakan kegiatan sosialisasi dengan warga, untuk mengenalkan sistem keamanan dipasar untuk menjaga kenyamanan.
- f. Keberagaman produk : pasar tangguh mendorong keberagaman produk untuk menjadikan daya tarik utama bagi pasar tradisional. hal ini dapat mendorong konsumen untuk berbelanja di pasar sekaligus meratakan ekonomi pedagang pasar agar tidak terlalu banyak kesamaan produk yang dijual, sehingga dapat menyebabkan ketimpangan..
- g. Keberlanjutan : prinsip keberlanjutan menjadi landasan program pasar tangguh. Program pasar tangguh ini memiliki tujuan untuk menciptakan perubahan jangka panjang dengan elibatkan seluruh aspek stakeholder terkait. Keberlanjutan juga melibatkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, yang berarti menjaga kelangsungan usaha pedagang dan memperkuat peran pasar tradisional dimasa pandemi ini.

Konsep dan prinsip ini menjadi dasar dalam merancang dan melaksanakan program pasar tangguh untuk menjaga dan menjaga kelangsungan usaha pedagang pasar di masa pandemi ini. Dengan menerapkan konsep dan prinsip ini, diharapkan pasar tradisional dapat tetap menjadi pusat ekonomi yang relevan dan mampu bertahan dalam situasi apapun.

## 2. Kriteria Pasar Tangguh

Pasar tangguh adalah program yang diberlakukan guna menjaga ekonomi rakyat untuk tetap berjalan dengan aman dan terhindar dari penyebaran Covid-19. Perlu adanya penetapan pasar yang disahkan oleh pemerintah untuk menjadikan pasar sebagai pelaksana program pasar tangguh dalam upaya menjembatani usaha masyarakat, berikut beberapa langkah-langkah atau kebijakan tertentu untuk memastikan pasar tetap berdaya tahan dan dapat berkinerja baik dalam menghadapi tantangan :

- a. Vertifikasi pasar, pengecekan dilakukan langsung oleh tim SATGAS daerah dengan melihat profil pasar yang akan dijadikan sebagai penerapan program pasar Tangguh. Dimana pasar yang terverifikasi aman dan memiliki zona hijau menjadi kriteria utama penerapan program pasar Tangguh. Hal ini karena tujuan utama adalah meminimalisir penyebaran covid-19 di area padat kerumunan dalam pasar tradisional.
- b. Verifikasi penduduk pasar, pengecekan pedagang pasar dan penerapan pengurus pasar yang sesuai dan memiliki ketangguhan dan keaktifan dalam kepengurusan pasar yang baik.
- c. Verifikasi peraturan pasar yang ditetapkan, dimana adanya peraturan yang telah diberlakukan untuk meminimalisir penyebaran covid-19. Seperti

telah menyediakan tempat cuci tangan, penggunaan masker yang tertib, dan melakukan pengecekan suhu pengunjung dan pedagang pasar.

Setelah verifikasi telah dilakukan dan sesuai dengan kriteria yang diberlakukan maka pasar siap untuk dijadikan contoh untuk menjadi pasar dalam program pasar tangguh. Jika program ini bisa berhasil berjalan dengan baik baru pasar lain akan dilakukan hal yang sama.

### 3. Faktor pendukung dan penghambat program pasar tangguh

Faktor-faktor yang ditemui dilapangan bisa menjadi faktor yang mendukung kelancaran program pasar tangguh bisa juga menjadi faktor penghambat perkembangan pasar oleh karena itu perlu adanya analisis agar resiko yang menghambat perkembangan pasar tangguh bisa diminimalisir:

#### a. Faktor Penghambat

Permasalahan yang sering terjadi di dalam Pasar tradisional yang berasal dari internal berkenaan dengan modal, teknologi, terbatasnya manajemen dan informasi serta kurangnya sumber daya manusia. Sedangkan dari eksternal yaitu karena kurangnya perhatian dari pemerintah dalam memberikan wadah dalam membantu perkembangan pasar tradisional.<sup>22</sup>

Hambatan diperoleh dari hasil analisis kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sebagai berikut:

- 1) Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang kurang memadai
- 2) Belum adanya upaya mempermudah pinjaman modal bagi pedagang
- 3) Maraknya pertumbuhan pasar modern
- 4) Komitmen pengelola beserta pemerintah daerah

---

<sup>22</sup> Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota*, (Jakarta, Yayasan Kita Menulis, 2020), 209.

- 5) Pemanfaatan teknologi kurang
- 6) Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat
- 7) Luas pasar
- 8) Perilaku pedagang.

b. Faktor pendukung

Faktor pendukung diperoleh dari analisis kekuatan dan peluang yang dilakukan oleh pemerintah daerah bersama pengelola pasar, dengan hasil sebagai berikut:

1. Kesesuaian visi dan misi
2. Pelaksanaan misi guna mencapai visi
3. Koordinasi yang baik antara pengelola dengan pedagang
4. Adanya upaya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik melalui pengembangan, perencanaan strategi dan pembangunan pasar tradisional
5. Proses terbentuknya harga antara penjual dan pembeli
6. Pasar tradisional mempunyai ciri khas dan masih eksis untuk masyarakat Selowarih Kecamatan Kota Kediri
7. Masih tingginya minat untuk berdagang
8. Pertumbuhan penduduk yang cepat

**C. Strategi Pasar tangguh dalm Keberlangsungan Usaha Pedagang**

Mengembangkan program pasar yang tangguh tentu memerlukan strategi yang matang dan terarah. Masa pandemi tentu memberikan tantangan bagi pedagang dan kelangsungan usaha mereka. Untuk tetap bertahan berikut beberapa strategi yang ditetapkan dalam mengimplementasikan program pasar tangguh :

1. Menerapkan langkah-langkah keamanan, pemerintah daerah bersama dinas kesehatan dan SATGAS Covid-19 serta pengurus pasar sangat memberlakukan penetapan protokol kesehatan yang ketat. Bahkan ada beberapa yang memberlakukan sanksi berupa denda kepada penduduk pasar siapapun itu, seperti tidak memakai masker, tidak mencuci tangan sebelum dan sesudah memasuki pasar hal ini dilakukan agar keamanan pasar terus terjaga dengan maksimal.
2. Fleksibilitas dan adaptabilitas, pasar tangguh harus dapat beradaptasi dengan perubahan cepat dan fleksibel dalam menghadapi perubahan situasi, peraturan pemerintah dan permintaan pelanggan yang mungkin akan berubah-ubah selama pandemi.
3. Vaksinasi rutin, vaksinasi diberikan secara gratis kepada penduduk pasar, pengunjung dan masyarakat sekitar. Hal ini agar mereka tidak merasa terbebani dan timbul kerelaan untuk mengikuti aturan ini untuk menjaga kekebalan masyarakat.
4. Sosialisasi, biasa dilakukan 1 minggu sekali. Memberikan arahan tentang bahaya Covid-19, upaya pencegahan, cara penanganan, arahan program yang diberlakukan dalam pasar tangguh.
5. Memberikan inovasi, menawarkan sistem pelayanan yang baru dengan sistem pesan online dan antar lebih relevan dan perlu diberlakukan dimasa pandemi. Sehingga kegiatan kerumunan didalam pasar bisa lebih diminimalisir.
6. Memperkuat ketahanan pasokan produk, terus memastikan pasokan tetap berjalan lancar dan mencari pemasok alternative, mengurangi

ketergantungan pada sumberdaya dari satu daerah untuk menjaga ketahanan pasar.

7. Memaksimalkan teknologi, pemanfaatan teknologi sebagai media promosi dan komunikasi harus terus ditingkatkan untuk mengurangi adanya aktifitas tatap muka. Sekaligus sebagai media penghubung untuk akses jual beli dengan cepat. Perlu adanya sosialisasi berkala untuk memberikan pemahaman untuk para pedagang pasar.

Dengan mengimplementasikan strategi pasar tangguh diatas, pedagang dapat menjaga kelangsungan usahan mereka selam pandemi, dan mampu beradaptasi dengan perubahan dan tetap bisa memberikan pelayanan yang baik.