

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pasar Tradisional

##### 1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar merupakan lokasi dimana penjual dan pembeli saling bertemu satu sama lain untuk melakukan pertukaran barang dan jasa pada waktu-waktu tertentu. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu tempat transaksi jual-beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli pada saat tertentu. Sejak dahulu, pasar tradisional sudah menjadi bagian dari budaya bangsa Indonesia dan hingga kini masyarakat masih menggunakan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini karena selain murahnya harga barang di pasar tradisional dibandingkan pasar modern, pembeli masih bisa menawar harga.<sup>16</sup>

Pengertian pasar dapat dibedakan dalam beberapa arti yaitu arti sempit dan luas. Dalam arti sempit pasar merupakan tempat bertukarnya suatu produk bisa barang maupun jasa. Sedangkan dalam arti luas pasar merupakan tempat terjadinya suatu interaksi yakni jual beli antara penjual dan pembeli. Pengertian pasar juga dipaparkan menurut beberapa ahli yakni :

- a. Menurut William J. Stanton, pasar merupakan sekumpulan orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja, serta memiliki keinginan menggunakan uang tersebut.
- b. Menurut Kotler dan Armstrong, pasar adalah sejumlah pembeli *actual* dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Dimana besar pasar tergantung pada jumlah orang yang mempunyai kebutuhan dalam melakukan transaksi.

---

<sup>16</sup> Basu Swastha Dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2020), 191.

- c. Menurut Simamora, pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan terhadap produk tertentu mau membeli produk tersebut serta memiliki kesempatan membeli produk tersebut.
- d. Hendri Ma'aruf, definisi pasar menurut beliau adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli kemudian terjadi interaksi permintaan dan penawaran sehingga terjadi jual beli.
- e. Atep Adya Barata mendefinisikan pasar sebagai lokasi penjual dan pembeli berkumpul untuk melaksanakan transaksi jual beli. Dimana terdapat proses tawar menawar antara kedua pihak yang terlibat.
- f. Menurut Dr. Winardi SE pasar merupakan sarana dimana harga-harga suatu produk barang maupun jasa mengalami perubahan. Perubahan harga mengenai suatu produk barang atau jasa bisa meningkat maupun turun dalam beberapa waktu.
- g. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pasar adalah beberapa atau sekumpulan masyarakat yang berkumpul melakukan transaksi jual beli yang diadakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan keinginan konsumen.<sup>17</sup>

Teori tradisional adalah teori yang mengedepankan sosial budaya suatu daerah sehingga adat istiadat masih dijunjung tinggi. Teori tradisional dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut. bersikap netral melestarikan keadaan yang ada, kenetralan itu tidak mempertanyakan kenyataan, tetapi hanya menerima dan membenarkannya; maka prinsip-prinsip umum sama dengan ideologi. Teori tradisional bersifat historis. Dengan memutlakan ilmu pengetahuan yang *universal*, teori tradisional melupakan masyarakat dalam proses historisnya ilmu

---

<sup>17</sup> Elpisah, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Banyumas : Cv Pena Persada, 2022) Hal 158

pengetahuan hanya menjadi salah satu kegiatan dalam masyarakat. Teori tradisional memisahkan teori dan praksis sehingga tidak berkecimpung tetapi memiliki implikasi sosial teori.<sup>18</sup>

Berdasarkan klasifikasi pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar *modern*. Berikut penjabaran kedua pasar tersebut :

a. Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah suatu pasar yang dibangun dan dikelola oleh instansi daerah. Pasar tradisional dapat berupa kios, toko, atau los yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah besar atau suatu koperasi dengan proses jual beli tawar menawar. Pasar tradisional juga merupakan cikal bakal dari perekonomian untuk rakyat. Untuk barang yang diperjualbelikan biasanya barang lokal yang dari segi kualitas penyotiran kurang ketat, namun terdapat pula kualitas barang yang bagus. Untuk segi kuantitas jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak, sehingga jika dalam partai besar hanya beberapa kios yang menyediakan barang dalam partai besar, hal ini dikarenakan modal pedagang yang sedikit sehingga dalam menjual barang tidak terlalu banyak jumlahnya. Untuk rantai distribusi barang terdiri dari produsen, distributor, sub distributor, pengecer, lalu sampai ke konsumen.<sup>19</sup>

b. Pasar *modern*

Pasar *modern* pada umumnya sama seperti pasar tradisional hanya saja pada pasar modern penjual dan pembeli tidak harus bertransaksi secara

---

<sup>18</sup> Andi Sultan, *Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan* Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 15 No 1 Tahun 2019 hal 15 [https://www.google.com/search?q=jurnal+revitalisasi+pasar+tradisional&oq=jurnal+revitalisasi+&gs\\_lcr](https://www.google.com/search?q=jurnal+revitalisasi+pasar+tradisional&oq=jurnal+revitalisasi+&gs_lcr)

<sup>19</sup> Aria Gusti, *Sanitasi Dan Perilaku Prolingungan Di Pasar Tradisional* (Yogyakarta : Deepublish, 2022) Hal 7

langsung. Dalam pasar modern pembeli akan langsung mengetahui harga barang yang sudah tertera pada tempat yang disediakan. Barang yang biasanya dijual pada pasar modern berupa makanan ringan, produk kemasan yang memiliki tanggal kadaluarsa atau *expired date*.

Pasar juga dapat diklasifikasikan berdasarkan waktu operasionalnya.

Menurut waktu operasionalnya pasar dibedakan menjadi beberapa jenis yakni :

a. Pasar Harian

Pasar harian, adalah pasar yang waktu operasionalnya setiap hari biasanya menjual barang kebutuhan sehari-hari.

b. Pasar Mingguan

Pasar mingguan, merupakan pasar yang diadakan seminggu sekali dikarenakan jumlah penduduk pada daerah tersebut sedikit.

c. Pasar Bulanan

Pasar bulanan, adalah pasar yang diadakan sebulan sekali pada daerah tertentu misalnya saja pasar hewan.

d. Pasar Tahunan

Pasar tahunan, merupakan pasar yang diadakan setahun sekali biasanya bersifat nasional seperti pasar pameran atau pekan raya.

e. Pasar Temporer

Pasar temporer, merupakan pasar yang diselenggarakan dalam suatu waktu tertentu dan tidak rutin biasanya diadakan untuk memperingati suatu peristiwa tertentu.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Zulki Zulkiffli, *Buku Referensi Strategi Pemasaran*, ( Sleman: Deepublish 2021) Hal 06

Berdasarkan tingkatannya pasar dapat diklasifikasikan menjadi beberapa tipe yaitu:

- a. Pasar tipe A merupakan pasar dengan anggaran sebesar Rp 11.500.000.000
- b. Pasar tipe B merupakan pasar dengan anggaran sebesar Rp 7.700.000.000
- c. Pasar tipe C merupakan pasar dengan anggaran sebesar Rp 5.800.000.000.
- d. Pasar tipe D merupakan pasar dengan anggaran sebesar Rp 3.600.000.000.<sup>21</sup>

Pasar tradisional merupakan pasar tradisional yang menjual barangnya secara eceran. Jenis-jenis pasar tradisional sebagai berikut:

Menurut sifat dan jenis kegiatannya

- a. Pasar Eceran, adalah pasar yang menjual beragam jenis barang dengan jumlah yang kecil, misalnya per-ikat, per-buah, per-kilo, dan lain-lain.
- b. Pasar Induk, adalah pasar yang perdagangannya terdiri dari pusat pengepul, pusat pelelangan, pusat penyimpanan, dan pusat penyaluran, seperti pasar induk sayur-mayur dan buahbuahan serta pasar induk beras, dan lain sebagainya.
- c. Pasar Khusus, adalah pasar yang menjual beberapa jenis barang tertentu saja, seperti pasar ikan, pasar burung, dan lain sebagainya.

Menurut ruang lingkup pelayanan dan tingkat potensi pasar dibedakan menjadi berikut:

- a. Pasar Lingkungan, adalah pasar yang lingkungannya mencakup suatu lingkungan permukiman di sekitar pasar tersebut, dan jenis barang yang dijual utamanya merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari.

---

<sup>21</sup> Djpn, *Percepat Revitalisasi Pasar Rakyat* (Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, 17 Juli 2023) <https://ditjenpdn.kemendag.go.id/detail/artikel/4/percepat-revitalisasi-pasar>

- b. Pasar Wilayah, adalah pasar yang ruang lingkungannya mencakup beberapa lingkungan permukiman dan barang yang dijual lebih lengkap dari pasar lingkungan.
- c. Pasar Kota, adalah pasar yang lingkungannya mencakup wilayah kota dan barang yang dijual lengkap.
- d. Pasar Regional, adalah pasar yang lingkungannya mencakup kawasan ibu kota provinsi dan sekitarnya.

Sedangkan menurut waktu kegiatannya pasar dibedakan menjadi :

- a. Pasar Siang Hari, merupakan pasar yang berkegiatan antara pukul 05.00-18.00.
- b. Pasar Malam Hari, merupakan pasar yang berkegiatan antara pukul 18.00-05.00. 81
- c. Pasar Siang dan Malam Hari, merupakan pasar yang kegiatannya sepanjang hari.
- d. Pasar Darurat, merupakan pasar yang berkegiatan hanya pada saat peringatan atau hari-hari tertentu, biasanya menggunakan jalan atau tempat umum untuk berkegiatan dengan ijin penetapan dari kepala daerah.

Sedangkan jika menurut status kepemilikannya pasar dikategorikan sebagai berikut :

- a. Pasar Pemerintah, adalah pasar yang dikelola oleh pemerintah pusat ataupun daerah.
- b. Pasar Swasta, adalah pasar yang dikelola oleh pihak swasta yang telah diijinkan untuk dikelola oleh pemerintah daerah.
- c. Pasar Liar, adalah pasar yang kegiatannya tidak diatur oleh pemerintah daerah dan keberadaannya disebabkan kurangnya fasilitas perpasaran dan letak pasar

yang tidak merata pada suatu lokasi, biasanya pasar ini dikelola oleh perorangan atau ketua RW lingkungan setempat.

Menurut kelasnya pasar tradisional dibedakan menjadi :

- a. Kelas I, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 2000m<sup>2</sup> dan memiliki fasilitas berupa tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
- b. Kelas II, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 1500m<sup>2</sup> dan memiliki fasilitas berupa tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
- c. Kelas III, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 1000m<sup>2</sup> dan memiliki fasilitas berupa tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
- d. Kelas IV, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 500m<sup>2</sup> dan memiliki fasilitas berupa tempat promosi, kantor pengelola, kamar mandi, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum
- e. Kelas V, adalah pasar yang memiliki luas dasaran minimal 50m<sup>2</sup> dan memiliki fasilitas berupa sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Permendag Nomor 21 Tahun 2021 *Tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Pasar*  
<https://jdih.kemendag.go.id>

Ilmu ekonomi menjadi akar ilmu akuntansi dalam teori perbandingan berbagai sistem ekonomi, teori ekonomi pasar, teori negara-negara sosialis, sistem ekonomi campuran negara-negara berkembang dan berbagai sistem ekonomi lainnya. Berikut teori-teori yang membahas tentang pasar

- a. Teori kelangkaan yang meliputi peran berbagai teori manfaat dan teori nilai dalam konteks teori penetapan harga dan hubungan pelanggan.
- b. Teori kepuasan atau kebutuhan akan materi membahas perilaku konsumen, seperti tingkat konsumsi nasional dan pada sektor pribadi, kecenderungan pengeluaran atau belanja barang atau jasa, faktor yang mempengaruhi selera dan belanja, serta perlindungan terhadap konsumen.
- c. Klasifikasi pasar berikutnya mengenai persaingan dan monopoli yang mencakup berbagai teori pasar bersaing murni, pasar bersaing tak sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoly, dan pasar monopolistik.<sup>23</sup>

Dalam ilmu ekonomi konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi jual beli antara dua pihak, di dalam pasar terdapat dua pihak yang melakukan kegiatan yakni pedagang dan pembeli sedangkan pasar berfungsi sebagai media untuk memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pedagang sendiri biasa disebut juga dengan penjual sedangkan pembeli biasa disebut dengan konsumen. Adapun Fungsi – fungsi pasar adalah sebagai berikut :

- a. Pasar Sebagai Distribusi Produk

---

<sup>23</sup> Jan Hoesada, *Teori Akuntansi* ( Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2022) Hal 106



Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Distribusi produk merupakan suatu aktifitas menyalurkan barang atau jasa yang diproduksi produsen kemudian di konsumsi konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pedagang pasar berperan sebagai distributor apabila terdapat para produsen yang langsung menjual barang dagangan mereka ke pasar tanpa melalui tengkulak.

b. Pasar sebagai penetapan harga

Dalam pasar terjadi interaksi antara pedagang dan pembeli sehingga pasti terjadi permintaan dan penawaran diantara kedua pihak. Sehingga terdapat kesepakatan atau dalam islam disebut dengan akad yang dicapai. Kegiatan tersebut yang dinamakan penetapan harga penetapan harga pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga, dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga.

c. Pasar sebagai Sarana Promosi

Pasar sebagai tempat berkumpulnya para konsumen yang merupakan tempat promosi yang sempurna bagi para produsen. Sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang atau jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen.

Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Banyaknya cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitasnya bagus akan menjadi pilihan konsumen.<sup>24</sup>

## 2. Mekanisme Pasar Dalam Islam

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat Muslim pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin. Bahkan, Muhammad SAW sendiri pada awalnya adalah seorang pebisnis, demikian pula Khulafaurrasyidin dan kebanyakan sahabat. Pada saat awal perkembangan Islam di Makkah Rasulullah SAW dan masyarakat Muslim mendapat gangguan dan terror yang berat darimasyarakat kafir Makkah sehingga perjuangan dan dakwah merupakan prioritas. Ketika masyarakat Muslim telah berhijrah ke Madinah, peran Rasulullah SAW bergeser menjadi pengawas pasar atau *Al- muhtasib*. Berbicara mengenai mekanisme pasar dalam dasar hukum Islam yang pertama yaitu al Qur'an, tentu saja al Qur'an sebagai dasar filosofi hidup manusia tidak memberikan aturan secara jelas tentang apa itu mekanisme pasar. Namun demikian sebagai manusia yang dilengkapi akal maka kita akan dapatkan aturan main tentang pasar yaitu seperti apa yang tersebut dalam al Qur'an surat An-Nisa (4) ayat 29.<sup>25</sup>

Pada masa Rasul mekanisme pasar sangat dihargai. Rasulullah menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga pada saat itu

---

<sup>24</sup> Muhamad Subhan Iswahyudi, *Manajemen Pemasaran Strategi Dan Praktek Yang Efektif* (Indonesia: Pt Sonpedia Publising, 2023) Hal 30

<sup>25</sup> Tri Wahyuni, *Permasalahan Dalam Menetapkan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomica Sharia Volume 5 Nomor 1 Edisi Agustus 2019

tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak dibarengi dengan dorongan-dorongan yang merugikan para pedagang seperti monopoli harga, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar. Dalam suatu Hadits dijelaskan bahwa pasar merupakan hukum alam yang harus dijunjung tinggi. Sehingga tidak seorang pun secara individual dapat mempengaruhi harga pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah SWT. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggung jawabannya dihadapan Allah.<sup>26</sup>

Mekanisme pasar adalah kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai dengan jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta. Agar dapat berjalan lancar maka mekanisme pasar harus memberikan hal yang baik dan tidak merugikan bagi para pelakunya. Nilai-nilai moralitas harus ditegakkan agar tercipta persaingan yang sehat dan berlandaskan kejujuran. Konsep mekanisme pasar dalam islam sendiri ada beberapa prinsip-prinsip yakni sebagai berikut :

- a. Ar- Ridha yakni segala transaksi jual beli yang kita lakukan didasari atas dasar kerelaan antara masing masing pihak. Hal ini sesuai dengan bunyi surah An Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Dimana 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 di antara kamu dan

---

<sup>26</sup> Alexander Thian, *Ekonomi Syariah* ( Yogyakarta : Andi Penerbit, 2021) Hal 98

janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>27</sup>

- b. Persaingan sehat, mekanisme pasar yang baik adalah pasar yang tidak terdapat ihtikar ( penimbunan) maupun monopoli yang dapat merugikan konsumen. Strategi yang dapat diterapkan untuk membuat persaingan usaha yang sehat seperti menciptakan dan mendorong persaingan yang sehat di pasar, menegakkan hukum yang efektif dalam memerangi bisnis yang merugikan masyarakat, serta transparansi dalam bisnis dimana hal ini dapat membantu memastikan bahwa semua pelaku pasar memiliki hak yang sama. Strategi ini diharapkan mampu menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.<sup>28</sup>
- c. Kejujuran, merupakan nama lain dari kebenaran maka dalam islam dalam menjalankan segala sesuatu harus didasari atas kejujuran karena kebohongan atau penipuan akan berdampak pada pihak yang melakukan.<sup>29</sup>
- d. Keterbukaan dan keadilan, dimana transaksi yang dilakukan dituntut untuk benar dalam hal keadaan dan kehendak yang sesungguhnya. Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai kehidupan didunia, akan tetapi pemanfaatannya harus dilakukan dengan adil dan sesuai syariat islam.

### **3. Kegiatan Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana ada transaksi jual beli secara langsung. Pasar dapat dibedakan dalam beberapa jenis menurut bentuk kegiatannya yakni pasar nyata dan pasar abstrak.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Darwis Harahap Dan Ferri Alfandri, *Ekonomi Islam* ( Medan: Cv Merdeka Kreasi Group, 2021) Hal 132

<sup>28</sup> Muhammad Rizki, *Persaingan Usaha Yang Sehat Dalam Membangun Ekosistem Bisnis Yang Berkelanjutan* (Karimah Tauhid Volume 2 Nomor 4 2023) <https://Ojs.Unida.Ac.Id/Karimahtauhid/Article/>

<sup>29</sup> Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* ( Indonesia : Guepedia, 2018 ) Hal 48

a. Pasar Nyata

Pasar nyata atau biasa disebut pasar kongkret yaitu suatu pasar dimana terdapat berbagai jenis barang yang diperjualbelikan serta terdapat unsur-unsur pasar dalam satu tempat. Unsur unsur pasar tersebut yakni pembeli, penjual, dan barang yang diperjualbelikan.<sup>31</sup> Pembeli atau bisa disebut konsumen adalah orang yang membutuhkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Penjual atau pedagang adalah orang yang menjual barang dagangannya.. pedagang yang berjualan di pasar tradisional pada umumnya berjumlah banyak yang terdiri dari pedagang tetap dan musiman. Pedagang tetap adalah pedagang yang berjualan menetap di pasar dan pedagang musiman adalah pedagang dari luar daerah yang datang dihari-hari tertentu.<sup>32</sup> Barang yang diperjualbelikan, kebanyakan pedagang menjual barang kebutuhan sehari-hari berupa ikan, sayur-sayuran, buah, telur, daging, peralatan rumah tangga, pakaian dan lain sebagainya.

b. Pasar Abstrak

Pasar abstrak adalah pasar dimana terdapat para pedagang yang tidak menawar berbagai jenis barang yang dijual serta tidak membeli secara langsung namun hanya menggunakan surat dagang saja. Contohnya pasar online, pasar modal, pasar saham dan lain sebagainya.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Zulkifli Noor, *Strategi Pemasaran*, Ibid Hal 05

<sup>31</sup> Muhammad Subhan Iswahyudi, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: Pt Sonpedia Publishing 2023) Hal 21

<sup>32</sup> Wahyu Ario Pratomo, *Data Kependudukan Dalam Pemenuhan Fasilitas Sosial Dan Ekonomi* ( Medan : Merdeka Kreassi 2023) Hal 43

<sup>33</sup> Muhammad Subhan Iswahyudi, *Manajemen Pemasaran*, Ibid Hal 22

Kegiatan di pasar juga meliputi beberapa aktivitas seperti transaksi jual beli, tawar menawar, mencari keuntungan, distribusi, upaya promosi dan lain sebagainya.<sup>34</sup>

a. Transaksi jual beli

Jual beli adalah menukarkan produk dapat berupa barang atau jasa dengan barang atau jasa lain dengan adanya proses akad. Jual beli juga dapat diartikan sebagai kegiatan menukar barang dengan uang. Dalam Al Quran jual beli hukumnya boleh selama tidak bertentangan dengan hukum islam. Sebagaimana firman Allah dalam Al Quran Surah Al Baqarah

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَآنتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ  
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Yang artinya “Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah ayat 275).<sup>35</sup>

Adapun aturan mengenai jual beli harus memenuhi beberapa rukun dan syarat jual beli serta barang yang diperjualbelikan. Rukun jual beli diantaranya terdapat penjual, pembeli, objek yang diperjualbelikan, ijab qabul atau serah terima. Yang kedua adalah syarat jual beli diantaranya baligh atau seseorang yang bisa membedakan baik dan buruk, berakal sehat, atas kehendak sendiri. Yang ketiga adalah syarat yang diperjualbelikan yakni barang harus suci,

<sup>34</sup> Khafidz Ms Marlina, *Pedagang Pasar Tradisional* (Indonesia : Penerbit Nem, 2023) Hal 36

<sup>35</sup> NUOnline <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>

jelas keberadaannya, memiliki manfaat, milik sendiri, dan barang dapat diserahkan.<sup>36</sup>

b. Tawar menawar

Tawar menawar merupakan sistem transaksi yang digunakan oleh pasar tradisional adalah sistem tawar menawar. Sistem tawar menawar sendiri merupakan suatu kegiatan yang melibatkan emosi dan perasaan yang mengakibatkan timbulnya interaksi sosial antara penjual dan pembeli. Akhir dari kegiatan ini adalah perasaan puas kedua belah pihak karena ada proses saling bersaing dalam menetapkan harga suatu produk.<sup>37</sup>

c. Mencari keuntungan lewat pembentukan harga

Pembentukan harga adalah kegiatan setelah melakukan tawar menawar terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli sehingga terbentuklah harga yang telah menjadi kesepakatan, tentunya penjual telah memperhitungkan laba yang diinginkannya sedangkan pembeli telah memperhitungkan manfaat barang atau jasa serta keadaan keuangannya. Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, dalam artian tidak ada pihak yang terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lainnya.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> H.Muklis Dan Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam* (Surabaya : Cv Jakad Media Publising 2020) Hal 63

<sup>37</sup> Swaono, *Pekerja Sosial Dan Kesejahteraan Sosial*, ( Yogyakarta : Gramedia Pustaka 2017)

<sup>38</sup> Tri Wahyuni, *Ibid* Hal 7

d. Distribusi, pasar

Sarana distribusi tentunya berperan dalam mempermudah kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen sehingga barang atau jasa dapat bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Kegiatan distribusi juga menentukan kegiatan pasar berjalan dengan baik atau tidak.

e. Upaya promosi pasar

Promosi merupakan kegiatan yang harus ada dalam jual beli, sebagai tempat memperkenalkan manfaat, keunggulan, dan ciri khas barang atau jasa yang akan diperjualbelikan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk menarik para pembeli. Cara yang biasanya ditempuh adalah memasang spanduk, menyebarkan brosur, memberikan diskon, membuat pameran dan lain sebagainya. Banyaknya cara melakukan promosi membuat pembeli lebih selektif memilih barang yang akan dibeli.<sup>39</sup>

#### **4. Perkembangan Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan suatu produk dengan skala ekonomi rakyat maksudnya pasar tradisional adalah tempat yang paling mudah dalam menjual barang dengan lingkup yang kecil. Perkembangan pasar tradisional sendiri mengalami pasang surut dalam beberapa tahun belakangan ini. Faktor yang menyebabkannya adalah sebagai berikut :

- a. Perkembangnya pasar modern dimana jarak antara pasar modern dan pasar tradisional yang berdekatan.
- b. Kebijakan yang memuat syarat -syarat yang memberatkan pedagang dan pemasok barang.

---

<sup>39</sup> Asep Suraya Maulana, *Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam* (Indonesia : Penerbit Nem 2020) Hal 86



- c. Kondisi fisik pasar tradisional yang tertinggal maka perlu adanya kebijakan untuk melakukan pengaturan.<sup>40</sup>

Guna mengoptimalkan peran sarana perdagangan berupa pasar rakyat pemerintah mengeluarkan beberapa regulasi, salah satunya yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan Dan Pengelolaan Sarana Perdagangan. Dalam peraturan tersebut pada BAB II pasal 2 disebutkan bahwa tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional meliputi:

- a. Menciptakan pasar tradisional yang teratur, bersih, nyaman, dan aman digunakan oleh para pembeli dan penjual.
- b. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, baik dari segi kenyamanan fisik, sarana dan prasarana dan pengelolaan yang baik.
- c. Membuat pasar rakyat atau pasar tradisional sebagai salah satu roda penggerak perekonomian daerah.
- d. Membuat pasar tradisional tidak kalah dengan pasar *modern* dalam bidang perekonomian.<sup>41</sup>

Regulasi penting dilakukan agar dalam pembangunan dan pengelolaan pasar tradisional dapat berjalan sebagai mana mestinya dan dapat bermanfaat bagi masyarakat. Regulasi-regulasi yang akan dibuat pemerintah sebaiknya pula harus dilandaskan nilai-nilai agar masyarakat khususnya pedagang pasar tradisional mendapatkan manfaatnya.

---

<sup>40</sup> Ahmad Erani Yustika, *Potret Terkini Perekonomian Nasional*, (Malang : Ub Presss 2017) Hal 101

<sup>41</sup> Kementrian Perdagangan Permendag Nomor 21 Tahun 2021 Diakses 14 April 2024  
<https://jdih.kemendag.go.id>

## **B. Efektivitas**

### **1. Pengertian Efektivitas**

Efektivitas adalah suatu kondisi yang mengandung pengertian bahwa terjadinya suatu kegiatan menimbulkan dampak bagi sekitar, misalnya seseorang melakukan suatu perbuatan dengan maksud sesuai yang dia inginkan maka orang tersebut dikatakan efektif jika menimbulkan sesuatu yang dia kehendaki. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa efektif adalah suatu kegiatan yang telah dilakukan memenuhi atau sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan atau belum. Berikut beberapa pendapat mengenai pengertian efektifitas.

a. Menurut Richard M.Steers,

Memberikan definisi bahwa semakin rasional suatu organisasi memperoleh kemampuan untuk kearah tujuan maka semakin efektif organisasi tersebut. Dengan demikian efektifitas diukur berdasarkan seberapa jauh organisasi tersebut mencapai tujuan, sehingga kebijakan dapat dianggap sudah efektif apabila target dari kebijakan tersebut telah terpenuhi.

b. Menurut Michael keely,

Pendekatan tujuan untuk mendefinisikan dan mengevaluasi tertua dan paling luas digunakan. Jadi pencapaian tujuan tidak dapat diukur bagi organisasi yang tidak menghasilkan keluaran yang bersifat wujud.

c. Menurut Van Meter dan Van Horn,

Mereka menegaskan bahwa untuk mengukur dan menjelaskan hasil akhir suatu kebijakan yang efektif adalah pencapaian program.

d. Menurut Dunn,

Efektivitas berkenaan dengan apakah suatu alternatif mencapai hasil yang diharapkan atau mencapai tujuan dari diadakannya tindakan.

e. Mahmudi

Mendefinisikan efektifitas merupakan hubungan antara *output* dan tujuan semakin besar *output* yang dihasilkan maka semakin efektif kegiatan atau program tersebut.<sup>42</sup>

Efektivitas sendiri berasal dari kata efektif yang dalam Bahasa Inggris berarti sesuatu yang harus dilakukan dengan baik dan berhasil. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan suatu organisasi. Efektivitas berbeda dengan efisiensi karena efisiensi menekankan pada biaya dan hasil sedangkan efektivitas menekankan pada pencapaian tujuan. Efektivitas dapat diukur melalui 3 aspek yaitu :

a. Aspek fisik

Dalam merevitalisasi suatu bangunan yang perlu diperhatikan adalah aspek fisik hal ini meliputi adanya bangunan, model bangunan, besarnya lahan dan lain sebagainya. Aspek fisik sangat bermanfaat bagi kelangsungan hidup suatu usaha, mencerminkan adanya kualitas penjual, serta menambah nilai suatu produk. Banyak masyarakat di zaman sekarang yang tertarik dengan adanya penampilan bagi mereka penampilan adalah hal yang utama sehingga masyarakat zaman sekarang kurang peduli dengan adanya kualitas, bahkan kualitas suatu barang dapat tertutupi jika aspek fisik bangunan sesuai atau bergaya modern.

---

<sup>42</sup> Dian Purwanti, *Efektivitas Perubahan Kebijakan Peserta Didik Baru* ( Sumatera Barat : Cv Azka Pustaka2022) Hal 42

b. Aspek manajemen

Manajemen adalah kegiatan mengelola suatu organisasi baik itu lingkup besar maupun kecil. Aspek manajemen sangat memengaruhi efektifitas revitalisasi pasar tradisional karena selain bangunan yang bagus dan tertata manajemen yang baik akan bermanfaat bagi para pedagang dan pembeli. Dengan manajemen yang baik pula maka diharapkan peningkatan-peningkatan pasar tradisional dapat tercapai.

c. Aspek ekonomi

Teori ekonomi dibangun berdasarkan sejumlah asumsi tertentu yang tidak selalu sesuai dengan realitas ekonomi. Realitas ekonomi sendiri bekerja dengan hukum-hukumnya sendiri sesuai dengan tingkat perkembangan atau corak perekonomian suatu masyarakat. Sedangkan keinginan untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat adalah sebuah keputusan politik yang bersifat ideologis dan sarat dengan nilai. Prioritas utama politik perekonomian yang demokratis adalah diletakkannya kemakmuran masyarakat di atas kemakmuran orang seorang. Dengan demikian setiap masyarakat memiliki hak yang sama dalam menentukan apa yang harus dilakukan dalam dan terhadap pasar, sebagai sumber utama perekonomian. Dalam pasar, masyarakat sebagai pelaku ekonomi, berhak menentukan harga selama tidak menyimpang dari landasan umum dan atau kesepakatan bersama. Demokrasi ekonomi menjamin seluruh hak anggota masyarakat ikut serta dalam proses pembentukan produksi nasional. Demokrasi ekonomi menghendaki keikutsertaan seluruh anggota masyarakat dalam menikmati hasil produksi. Sebagai inti dari pengertian demokrasi ekonomi, penyelenggaraan produksi dan pembagian hasil-hasilnya

harus berlangsung di bawah pimpinan (pengawasan) anggota-anggota masyarakat. Maka dari itu, sebagai subjek perekonomian, setiap anggota masyarakat harus memiliki faktor-faktor produksi, turut mengambil keputusan-keputusan ekonomi, dan turut pula menanggung segala akibat dari pelaksanaan keputusan-keputusan tersebut. Sehingga dalam prosesnya tidak hanya pemerintah yang bertindak dan disalahkan.<sup>43</sup>

## 2. Tujuan Efektifitas

Dalam efektifitas pencapaian tujuan organisasi ditetapkan kedalam beberapa aspek yakni :

- a. Input adalah suatu keberhasilan organisasi memperoleh sumber daya baik fisik maupun non fisik.
- b. Proses adalah kegiatan dimana proses internal dan mekanisme organisasi dijalankan sesuai dengan aturan dalam organisasi.
- c. Output merupakan hasil yang telah dicapai sesuai dengan rencana organisasi.<sup>44</sup>

Efektifitas adalah segala sesuatu yang dikerjakan dengan tepat, benar sehingga tujuan yang ingin dicapai terpenuhi dan dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Efektifitas sering kali diukur setelah tercapainya suatu tujuan kegiatan, sehingga apabila telah tercapai tujuan tersebut maka kegiatan dapat dikatakan efektif. Dalam proses efektifitas revitalisasi pasar tradisional dibutuhkan peran pemerinta, pengurus atau koordinator pasar, pedagang serta pembeli dalam kegiatan pasar tradisional.

---

<sup>43</sup> Andi Sultan, *Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan* ibid hal 3

<sup>44</sup> Radita Arindya, *Efektivitas Organisasi Tata Kelola Minyak Dan Gas*. (Indonesia : Media Sahabat Cendekia, 2019). Hal 64-68

### 3. Tingkatan Efektifitas

Efektivitas dapat dibedakan menjadi beberapa tingkatan. Tingkatan tersebut diantaranya efektivitas individu, efektivitas kelompok, efektivitas organisasi. Berikut penjelasan tingkatannya :

- a. Efektivitas individu yaitu efektivitas yang didasarkan pada pandangan dari segi individu yang menekankan pada hasil karya anggota organisasi.
- b. Efektivitas kelompok adalah pandangan pada kenyataan individu saling bekerja sama dalam kelompok sehingga jumlah kontribusi diambil dari semua anggota kelompok.
- c. Efektivitas Organisasi adalah gabungan dari efektivitas kelompok dan individu melalui pengaruh sinergitas sehingga organisasi mampu mendapatkan hasil yang lebih tinggi.<sup>45</sup>

### 4. Mengukur Tingkat Efektifitas

Tingkat efektivitas dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Ukuran efektivitas suatu organisasi dapat dilihat berdasarkan teori pengukuran yang dikemukakan Gareth R. Jones.

- a. Pencapaian tujuan, adalah upaya pencapaian tujuan akhir berdasarkan beberapa faktor dalam kurun waktu tertentu serta sasaran yang merupakan target konkret.
- b. Integrasi, adalah pengukuran tingkat kemampuan suatu organisasi yang mengadakan sosialisasi dan komunikasi kepada masyarakat.

---

<sup>45</sup> Dian Purwanti, *Efektivitas Perubahan Kebijakan Peserta Didik Baru*, Ibid Hal 44

c. Adaptasi, adalah kemampuan organisasi menyesuaikan diri dengan lingkungan.<sup>46</sup>

### **C. Revitalisasi Pasar Tradisional**

Revitalisasi merupakan suatu proses untuk kembali menghidupkan sesuatu yang sebelumnya kurang terberdaya. Sementara pemerintah melaksanakan kegiatan revitalisasi pasar, para pedagang yang sebelumnya berjualan dipasar yang direvitalisasi akan direlokasi ke tempat lain. Relokasi merupakan suatu kegiatan menata ulang dan membenahi suatu lokasi atau memindahkan suatu lokasi menuju ke lokasi baru. Menurut Wet, tujuan dari relokasi ini adalah agar kondisi pedagang yang direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi. Kondisi yang lebih baik tersebut meliputi: tingkat pendapatan, keberagaman sumber pendapatan, status dan jaminan di lokasi yang baru, dan akses terhadap pelayanan infrastruktur dasar.<sup>47</sup>

Islam mengatur segala kegiatan hidup manusia berdasarkan asas keadilan dan keseimbangan, termasuk dalam hal kegiatan ekonomi. Ekonomi Islam dikatakan berhasil jika terjadi keselarasan antara kebutuhan material dan kebutuhan etika manusia. Keberhasilan pertumbuhan ekonomi Islam tidak hanya didasarkan pada sisi materi atau kuantitasnya saja, namun juga dilihat dari sisi kebaikan kehidupan agama, sosial serta kehidupan masyarakat. Segala jenis bentuk pengelolaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah menurut ajaran Islam ialah harus dapat mendatangkan kemaslahatan atau kebaikan bagi masyarakat, salah satunya pengelolaan pemerintah dalam hal penerapan kebijakan relokasi pasar.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Radita Arindya, *Efektivitas Organisasi Tata Kelola Minyak Dan Gas*, Ibid Hal 17

<sup>47</sup> Martini Dwi Pusparini, *Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi* Journal Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2020 Vol.1 No.1 Hal 47

<sup>48</sup> Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* (Depok : Kencana 2018) Hal 134

Hal ini dikarenakan relokasi pasar melibatkan berbagai pihak luas yakni pedagang pasar, warga sekitar, dan pembeli. Selain itu konsep kemaslahatan sangat cocok untuk diterapkan dalam relokasi pasar karena keduanya memiliki tujuan yang sama yakni mementingkan kebaikan masyarakat secara umum dan menghindari kemudharatan bagi umat serta memberikan rasa nyaman, aman, kesan yang rapi, tertib, teratur dan keindahan tata kota bagi masyarakat. Karena itulah pada relokasi pasar pemerintah perlu mewujudkan adanya kemaslahatan yang dapat diraih dengan cara menerapkan prinsip keadilan dalam pelaksanaan relokasi pasar.<sup>49</sup>

### **1. Pengertian Revitalisasi**

Revitalisasi merupakan suatu langkah yang dilakukan pemerintah dalam menjaga eksistensi pasar tradisional di tengah-tengah persaingan dengan pasar-pasar modern yang lebih diminati masyarakat. Revitalisasi merupakan suatu cara untuk menguatkan dan menghidupkan kembali peran suatu wilayah yang mengalami penurunan eksistensi akibat perkembangan jaman. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kembali kondisi pasar tradisional dapat berupa perbaikan keadaan fisik maupun non fisik. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan citra dan daya saing dari pasar tradisional sehingga mampu bersaing dari pasar modern.

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari undang-undang Nomor 7 tahun 2001 tentang perdagangan yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.<sup>50</sup> Program revitalisasi ini

---

<sup>49</sup> Radita Arindya, *Efektivitas Organisasi Tata Kelola Minyak Dan Gas*, Ibid Hal 19

<sup>50</sup> Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Perdagangan, Pasal 13 Ayat 1,2,Dan 3



sangat penting bagi keberlangsungan perekonomian, pembangunan, serta sosial budaya bangsa Indonesia yang sekarang ingin berkembang menjadi negara maju. Oleh sebab itu kita harus mendukung adanya program revitalisasi pasar ini sehingga pasar tradisional tetap lestari.

## **2. Prinsip Revitalisasi**

Prinsip yang harus diutamakan ketika melakukan revitalisasi pasar antara lain :

- a. Harus dapat diakses oleh seluruh warga untuk menjaga konektivitas dengan komunitas pasar.
- b. Kesempatan untuk melakukan aktivitas tegur sapa antar warga.
- c. Menyediakan fasilitas dasar yang menunjang kenyamanan dan keberlangsungan pengunjung.
- d. Menjaga hubungan dengan alam dan selaras dengan kepribadian sosial
- e. Perencanaan dan pengelolaan yang membina kemitraan antar pedagang.

Pentingnya revitalisasi fisik terhadap kondisi sosial dan budaya komunitas adalah karena pasar berfungsi sebagai ruang umum atau tempat pertukaran informasi antar masyarakat maka revitalisasi harus bisa menawarkan kenyamanan dan fasilitas bagi para pembeli. Revitalisasi fisik juga berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan pembeli dalam berbelanja dan nyaman pedagang dalam kegiatan jual beli di dalam pasar.<sup>51</sup>

## **3. Manfaat Revitalisasi**

Revitalisasi merupakan program yang dibuat oleh pemerintah guna mengembalikan minat konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional dan

---

<sup>51</sup> Hemptri Suyatna. Mashitu Firdaus Istanto. Ari Wibowo. Puthu Inroyono. Awan Santosa, *Demokrasi Ekonomi Di Pasar Rakyat* (Yogyakarta : Gajah Mada Univerity Press, 2022) Hal 11

meningkatkan perekonomian masyarakat menengah kebawah serta mendorong perkembangan ekonomi nasional. Manfaat adanya revitalisasi adalah :

- a. Untuk menciptakan dan memperluas kesempatan kerja di bidang perdagangan.
- b. Untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
- c. Untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk kepentingan masyarakat.
- d. Untuk meningkatkan kegiatan pasar tradisional sebagai lembaga ketahanan ekonomi sosial dan budaya.
- e. Mendukung Pendapatan Asli Daerah.<sup>52</sup>

#### **4. Tujuan Revitalisasi**

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah maupun swasta dengan tempat usaha berupa kios atau los yang dikelola pedagang kecil, menengah, masyarakat atau koperasi dengan skala kecil. Sehingga tujuan dari adanya revitalisasi pasar adalah :

- a. Meningkatkan kualitas fisik atau bangunan pasar tradisional.
- b. Mendorong mekanisme pengelolaan pasar tradisional sehingga dapat bersaing dengan pasar modern
- c. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak perekonomian masyarakat.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> M. Chatib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya* ( Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2017) Hal 212

<sup>53</sup> Andi Sultan, *Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sumatera Selatan*, Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 15 No 1 Tahun 2019. 140