

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Relokasi Pasar

1. Pengertian Relokasi Pasar

Relokasi dapat diartikan sebagai penataan ulang tempat yang baru dengan dengan cara memindahkannya dari tempat lama ketempat yang baru.¹⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia relokasi merupakan suatu pemindahan lokasi dagang atau industri dari suatu lokasi ke lokasi lain dengan alasan tertentu.¹⁸ Relokasi merupakan salah satu rangkaian kebijakan pemerintah daerah yang berupa Revitalisasi, yakni suatu proses untuk kembali membangkitkan suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa relokasi merupakan pemindahan lokasi dagang menuju tempat yang lebih nyaman dan teratur yang bertujuan untuk melancarkan usaha pedagang.

2. Tujuan Relokasi Pasar

Menurut Chris De Wet, tujuan dari relokasi adalah agar kondisi masyarakat setelah direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi, kondisi yang lebih baik tersebut meliputi:¹⁹

- a) Tingkat pendapatan, keberagaman sumber pendapatan
- b) Status dan jaminan di lokasi yang baru

¹⁷ Muhammad Ridlo Agung, *Kemiskinan di Perkotaan Semarang*, (Semarang: Unissula Press, 2001), 95

¹⁸ Departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 1026

¹⁹ Chris de Wet, *The Experience with Dams and Resettlement in Africa*, Cape Town: World Commission on Dams, 2002

c) Akses terhadap pelayanan infrastruktur dasar

Dalam bukunya, de Wet juga menekankan bahwa relokasi seharusnya tidak hanya memindahkan masyarakat dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga meningkatkan kondisi kehidupan mereka, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan akses terhadap infrastruktur dasar, ia juga menyatakan tujuan dari relokasi adalah agar kondisi masyarakat setelah direlokasi menjadi lebih baik dari kondisi sebelum terjadi relokasi

Menurut uraian diatas, tujuan dari dilaksanakannya relokasi pasar menurut wet adalah agar terjadinya peningkatan pendapatan pedagang serta bertambahnya jenis usaha baru. Selain itu adanya jaminan status menjadi pedagang legal dan lengkapnya infrastruktur dasar juga menjadi tujuan dari adanya relokasi.

Sedangkan menurut Peraturan Daerah Kabupaten Kediri No.8 tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Kediri, Tujuan dari relokasi pasar diantaranya adalah:²⁰

- a) Memberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional
- b) Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional pada umumnya, agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri, dan dapat meningkatkan ke sejahteraannya.

²⁰ Pemerintah Kabupaten Kediri, *Peraturan Daerah Kabupaten Kediri Nomor 8 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern di Kabupaten Kediri*, Lembaran Daerah Kabupaten Kediri Tahun 2013 Nomor 8.

- c) Mengatur dan menata keberadaan dan pendirian toko modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi aset pariwisata.
- d) Menjamin terselenggaranya kemitraan antara pelaku usaha pasar tradisional, mikro, kecil, menengah dan koperasi dengan pelaku usaha toko modern berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha dibidang perdagangan.
- e) Mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan publik serta swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan toko modern.
- f) Mewujudkan sinergi yang saling memerlukan dan memperkuat antara toko modern dengan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi agar dapat tumbuh berkembang lebih cepat sebagai upaya terwujudnya tata niaga dan pola distribusi nasional yang mantap, lancar, efisien dan berkelanjutan.²¹

Menurut uraian diatas, tujuan dari dilaksanakannya relokasi pasar adalah agar usaha para pedagang bisa berkembang sehingga hal ini otomatis akan meningkatkan kesejahteraan para pedagang. Tujuan lain pelaksanaan relokasi dari segi pembeli adalah agar pembeli dapat merasa nyaman saat belanja di pasar.

Dalam islam mengajarkan bahwa seorang pemimpin, yang dalam hal ini adalah pemerintah pada saat menerapkan kebijakan kepada

²¹ Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Pasar No.04 tahun 2015.

masyarakat diwajibkan menerapkan prinsip keadilan yang sama rata bagi tiap-tiap orang. Selain prinsip keadilan, pemerintah juga harus menerapkan prinsip kemaslahatan yakni membawa manfaat. Manfaat yang dimaksud disini ialah manfaat yang ditunjukkan untuk masyarakat banyak, yakni para pedagang pasar. Kedua prinsip diatas berlaku bagi segala bentuk akat, tak terkecuali pada saat menerapkan kebijakan relokasi pasar.²² Kemaslahatan berasal dari kata maslahah yang memiliki pengertian suatu pekerjaan atau perbuatan yang mengandung manfaat. Sedangkan pengertian maslahah secara syar'i adalah

الأسباب الموجبة لمقاصد الشريعة، سواء المتعلقة بالعبادات أو المعاملات"

“Sebab-sebab yang membawa dan melahirkan maksud (tujuan) asy-Syari’, baik sud yang berkaitan dengan ibadah maupun mu’amalah (al-adat)”

Secara terminologi, banyak ulama ushul fiqh yang mendefinisikan maslahah namun semuanya mengandung esensi yang sama. Imam alGhazali mengemukakan prinsip maslahah adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan-tujuan syara.²³ Tujuan syara yang dimaksud yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.²⁴

Dalam Al-Qur’an dijelaskan bahwa maslahah dalam penerapannya digunakan bagi pemerintah sebagai pedoman dalam mengambil kebijakankebijakan yang menyangkut hidup orang banyak

²² Amir Syarifudin, Ushul Fiqih 2, (Jakarta: Kencana, 2008), 36

²³ Nasrun Haroen, Ushul Fiqh 1, (Jakarta: Logos Wacana ilmu, 1997), 114

²⁴ Abd Rahman Dahlan, Ushul Fiqh, (Jakarta: Amzah, 2019), 306.

yakni masyarakat itu sendiri. Penerapan konsep masalah tidak bisa dipisahkan dari prinsip keadilan. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 135:

هَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِيَّاءُ الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ بِالْقِسْطِ ش
ئَ ۖ قَالَ اللَّهُ أُولَىٰ بِهِمَا طِفْلًا تَتَّبِعُوا إِلَهُو الْوُلْدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِنْ يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا
كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ۚ أَنْ تَعْدِلُوا ۚ وَإِنْ تَلَوُّوا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah, walaupun terhadap dirimu sendiri atau terhadap ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika dia (yang terdakwa) kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya (kebaikannya). Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpan dari kebenaran. Dan jika kamu memutarbalikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka ketahuilah Allah Maha Mengetahui terhadap segala apa yang kamu lakukan.” (QS An-Nisa':135)²⁵

Ibnu Qayyim mengemukakan bahwa setiap manusia bertanggungjawab atas perbuatannya untuk membimbing dirinya sendiri, dan Allah SWT merupakan sumber yang menjadi pedoman serta petunjuk untuk menuju jalan yang benar. Dalam ekonomi, manusia ekonomi digambarkan sebagai manusia yang mempunyai sifat, gelagat dan tindakannya mementingkan diri sendiri, tamak, dan menjadikan keuntungan sebagai asas penting dalam semua jenis aktifitas ekonomi. Oleh karena itu, keadilan merupakan teras semua aspek dalam kehidupan. Menurut Ibnu Qayyim, keadilan merupakan objektif syariah yang di dalamnya mengandung keadilan, keberkatan dan kebijaksanaan. Maka, setiap persoalan yang berdasarkan dengan

²⁵ Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya, 2005), 131

keadilan akan menghasilkan keberkatan dan kebajikan²⁶

3. Tahapan Relokasi Pasar

Relokasi pasar merupakan proses pemindahan kegiatan pasar dari lokasi semula ke lokasi baru yang dianggap lebih layak dan strategis. Tujuan relokasi biasanya untuk menata kawasan kota, meningkatkan kenyamanan berbelanja, serta menciptakan lingkungan yang tertib dan sehat. Menurut teori perencanaan dan pengelolaan pasar, tahapan relokasi pasar umumnya meliputi beberapa langkah berikut:²⁷

1) Identifikasi dan Perencanaan Awal

Pada tahap ini, pemerintah daerah melakukan identifikasi terhadap pasar yang akan direlokasi. Identifikasi mencakup analisis kebutuhan, kondisi eksisting, permasalahan di lokasi lama, dan potensi lokasi baru. Perencanaan melibatkan kajian teknis dan sosial ekonomi terhadap pedagang dan konsumen.²⁸ Dalam hal ini pemerintah akan mengumpulkan data dari para pedagang untuk merancang pembagian tempat agar sesuai dengan jumlah para pedagang yang terdapat di pasar sebelum relokasi baik pedagang yang ada diluar maupun di dalam

2) Sosialisasi dan Pendekatan kepada Pedagang

Sosialisasi bertujuan memberikan informasi kepada para pedagang tentang rencana relokasi, termasuk alasan, manfaat, waktu

²⁶ Ningsih, P.A, "Pemikiran Ekonom Ibnu Qayyim", *Jurnal Syari'ah*, Vol. 2, No. 2019, , 89-101.

²⁷ Kementerian Perdagangan RI, *Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern* (Jakarta: Kementerian Perdagangan, 2019), 15–17.

pelaksanaan, serta lokasi baru. Pendekatan ini harus dilakukan secara persuasif dan partisipatif agar memperoleh dukungan dari semua pihak terkait.

3) Penyediaan Fasilitas dan Infrastruktur di Lokasi Baru

Sebelum relokasi dilakukan, pemerintah harus memastikan bahwa lokasi baru sudah siap, termasuk penyediaan lapak, kios, air bersih, sanitasi, listrik, dan akses transportasi. Penyiapan fasilitas ini bertujuan agar pedagang bisa langsung beraktivitas secara optimal setelah dipindah.

4) Pemindahan Pedagang dan Aktivitas Pasar

Setelah lokasi baru siap dan kesepakatan tercapai, proses pemindahan dilakukan secara bertahap atau serentak. Pemerintah biasanya memberi bantuan berupa subsidi atau fasilitas angkut untuk mendukung proses ini.

5) Evaluasi dan Monitoring

Pasca-relokasi, pemerintah melakukan evaluasi terhadap dampak sosial ekonomi yang timbul, baik terhadap pedagang maupun konsumen. Monitoring juga dilakukan untuk memastikan bahwa aktivitas pasar berjalan normal dan tidak terjadi eksodus pedagang ke tempat semula atau ke area liar lainnya.

6) Peningkatan Kapasitas dan Pembinaan Pedagang

Sebagai upaya pascarelokasi, dilakukan pelatihan, pendampingan, dan pembinaan usaha bagi para pedagang agar dapat meningkatkan pendapatannya di lokasi baru. Hal ini penting agar

relokasi tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi pedagang.

4. Dampak Relokasi Pasar

Menurut Waralah Cristo, dampak adalah sesuatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan, bisa positif atau negatif atau pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik itu negatif maupun positif.²⁹ Sedangkan Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan dampak sebagai benturan atau pengaruh yang dapat memberikan akibat baik positif maupun negatif³⁰ Secara etimologis dampak berarti pelanggaran, tubrukan, atau benturan.³¹ Sederhananya, dampak memiliki arti pengaruh atau akibat.

Dampak dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni dampak positif dan dampak negatif, Dampak positif merupakan suatu keinginan untuk memengaruhi dengan tujuan agar keinginannya dapat diikuti dengan baik. Sedangkan dampak negatif merupakan pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Negatif yang dimaksud adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh baik.

Relokasi secara umum dimaknai sebagai pemindahan tempat dari segi ruang geografisnya saja. Sedangkan kenyataannya relokasi tidak hanya soal pemindahan tempat secara letaknya saja, namun juga menyangkut tentang beragam konsep ruang seperti ruang ekonomi, sosial, lingkungan hidup bahkan hingga ke ruang budaya.³²

²⁹ Waralah Cristo, *Pengertian Tentang Dampak*, (Jakarta: Bandung Alfabeta, 2008), 12.

³⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, dalam <https://kbbi.web.id/dampak.html>, diakses 20 September 2024

³¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 429.

³² Lusiani, *Pengaruh Relokasi Pasar Klithikan Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima*, (Skripsi: FISE Universitas Negeri Yogyakarta, 2008), 14.

Setiap lokasi pasti memiliki kelebihan serta kekurangannya masing masing. Maka demi keberhasilan relokasi dan pemulihan pendapatan disarankan melakukan pemilihan lokasi yang karakteristik lingkungan sosial, budaya, serta ekonominya tidak jauh berbeda dengan lokasi terdahulu.

Dampak positif dan negatif dari relokasi pasar bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dalam menilai lokasi yang akan ditempati. Hal yang bersifat positif diantaranya:³³

1. Membuka lowongan pekerjaan

Dengan berkembangnya usaha atau kebijakan reloaksi/ pengembangan pasar, muncul kebutuhan tenaga kerja baru, sehingga membuka peluang kerja bagi msyarakat sekitar

2. Alih status menjadi pedagang legal

Pedagang yang sebelumnya berjualan secara informal menjadi bagian dari sistem resmi, sehingga memperoleh perlindungan hukum, akses permodalan, dan pembinaan dari pemerintah.

3. Kelayakan usaha meningkat

Dengan fasilitas yang lebih baik dan lokasi yang terorganisir, citra dan kepercayaan konsumen meningkat, sehingga usaha menjadi lebih layak dan profesional.

Sedangkan dampak negatifnya yaitu:³⁴

1. Pendapatan menurun

³³ Mochamad Airlangga Prasetya “Dampak Sosial Ekonomi Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo”, Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 4 No. 2, (2016) 117-234

³⁴ Ibid.

Perpindahan lokasi atau penyesuaian usaha bisa menyebabkan turunnya jumlah pelanggan sementara waktu, sehingga pendapatan pedagang ikut menurun.

2. Biaya operasional meningkat.

Biaya sewa tempat, listrik, kebersihan, dan retribusi di lokasi baru biasanya lebih tinggi, sehingga menambah beban operasional bagi pedagang

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus manajemen, pendapatan merupakan uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, harga, komisi, ongkos dan laba.³⁵ Menurut Jhingan, pendapatan merupakan penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Tohar dalam Masyhuri, pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuk upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya.³⁶ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang yang didapatkan oleh pelaku usaha, Dalam kamus manajemen, pendapatan merupakan uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, harga, komisi, ongkos dan laba.³⁷

³⁵ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003),230

³⁶ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang; UIN Malang, 2007), 262

³⁷ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003),230

Menurut Jhingan, pendapatan merupakan penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Tohar dalam Masyhuri, pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuk upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya.³⁸ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang yang didapatkan oleh pelaku usaha, perusahaan maupun orang yang bekerja atas usaha yang telah dilakukan.

Dalam kamus manajemen, pendapatan merupakan uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, harga, komisi, ongkos dan laba.³⁹ Menurut Jhingan, pendapatan merupakan penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Sedangkan pengertian pendapatan menurut Tohar dalam Masyhuri, pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuk upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya.⁴⁰ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang yang didapatkan oleh pelaku usaha, perusahaan maupun orang yang bekerja atas usaha yang telah dilakukan. Pedagang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang.⁴¹ Pedagang adalah mereka yang mencari nafkah dengan berdagang sebagai penjual dari barang yang diproduksi para

³⁸ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang, 2007), 262

³⁹ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230

⁴⁰ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang, 2007), 262

⁴¹ Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Reality Publisher, 2006),

pengusaha.⁴²Jadi pedagang adalah seseorang yang menawarkan dan menjual barang dagangan dengan harapan ada konsumen yang membeli barang dagangannya.

Dari pengertian pendapatan dan pengertian pedagang dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang merupakan suatu penghasilan berupa uang yang didapatkan oleh pedagang dengan cara menjual barang dagangan kepada konsumen

2. Jenis-jenis Pendapatan

Pendapatan dapat dibagi menurut jenis-jenisnya, yaitu sebagai berikut: Menurut Kuswadi, pendapatan dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

- 1) Pendapatan kotor merupakan pendapatan dalam proses penjualan sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan secara langsung.
- 2) Pendapatan bersih merupakan pendapatan kotor dikurangi dengan semua beban usaha atau biaya operasi⁴³Sedangkan menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi 3, yaitu:
 - a. Pendapatan ekonomi Pendapatan ekonomi merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih.

⁴² Faisal Mukarrom, *Ekonomi Mineral Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2017),132

⁴³ Kuswadi, *Pencatatan Keuangan Usaha a Dagang Untuk Orang-Orang Awam*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008), 40

b. Pendapatan uang Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan

c. Pendapatan personal⁴⁴

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi

Pendapatan dapat dibagi menurut jenis-jenisnya, yaitu sebagai berikut:

Menurut Kuswadi, pendapatan dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

- 1) Pendapatan kotor merupakan pendapatan dalam proses penjualan sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan secara langsung.
- 2) Pendapatan bersih merupakan pendapatan kotor dikurangi dengan semua beban usaha atau biaya operasi⁴⁵

Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi 3, yaitu:

- 1) Pendapatan ekonomi Pendapatan ekonomi merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih.

⁴⁴ Prathama Rahardja, Teori Ekonomi Mikro, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002), 267

⁴⁵ Kuswadi, Pencatatan Keuangan Usaha a Dagang Untuk Orang-Orang Awam, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008), 40

2) Pendapatan uang Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan

3) Pendapatan personal⁴⁶

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang menurut Swastha dan Irawan adalah sebagaai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan pedagang

Pedagang yang mampu menawarkan barang dagangannya dengan sikap yang ramah dan sopan serta mampu meyakinkan pembeli untuk membeli barang dagangannya maka pedagang akan mudah untuk mendapatkan pelanggan

2. Kondisi pasar ini berkaitan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut. Dengan ini maka dapat diartikan bahwa kondisi pasar yang bersih, rapi dan nyaman maka akan membuat pembeli merasa betah untuk berbelanja di pasar

⁴⁶ Prathama Rahardja, Teori Ekonomi Mikro, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002), 267

3. Modal

Dalam kegiatan penjual semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Sehingga dibutuhkan tambahan modal untuk membeliarang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan dan pendapatan dapat meningkat