BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

Pandangan Sukirno menyatakan bahwa secara umum pasar dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern. Pasar pada hakekatnya bertujuan untuk memberikan pelayanan keada masyarakat agar bisa memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup sehari-hari. Kegiatan pasar berarti melibatkan masyarakat baik selaku pembeli maupun penjual yang saling membutuhkan satu sama lain. Oleh sebab itu pasar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Salah satu cara merevitalisasi yaitu menciptakan pasar tradisional dengan berbagai fungsi dan kegunaan, seperti tempat bersantai atau tempat rekreasi bersama dengan keluarga. Revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern, meningkatkan jual beli masyarakat, serta memberikan kesejahteraan masyarakat.[12]

1. Pengertian Pasar

Pengertian pasar dapat dilihat secara sempit dan luas. Secara sempit pasar adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual atau produsen dan pembeli atau konsumen pada suatu lokasi tertentu. Secara luas pasar adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen dan produsen, merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi serta juga merupakan

[12] Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern.* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa, 2000) 30.

sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen maupun produsen.[13] Menurut Budiono menyatakan bahwa "pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, uang maupun tenaga kerja.[14]

Pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti tempat orang berjual beli.[15] Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Semula, istilah pasar menunjukkan tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang mereka, misalnya dialun-alun.[16] Dalam Ilmu ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.[17]

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual

---

[13] Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 104.
[14] Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro,* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 43.
[15] http://kbbi.web.id/pasar diakses 13/08/2019 pukul 12.35
[16]Thamrin Abdullah dan Francis tantri, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 19.
[17] Boediono, *Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: BPFE, 2015), 43.

termasuk juga untuk industri menawarkan hasil prosuk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda yaitu sebagai pembeli dan penjual.[18]

Dari pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa pasar sekarang ini tidak hanya berupa tempat untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya.

2. Pengertian Pasar Tradisional dan Kriterianya

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai 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 masyarakatPeraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai 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

[18]Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam. Edisi kelima* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007) , 6.

koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Adapun kriteria pasar tradisional menurut peraturan dalam negeri adalah sebagai berikut:

a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. 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 lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisonal ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng*import* hingga keluar pulau atau negara.[19]

3. Pasar dalam Islam

Pasar dalam Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang aturannya bernafaskan pada ajaran-ajaran Islam, didalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Pasar dalam Islam tidak

[19] Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th. 2012,* bab II, pasal 4.

terlepas dari fungsi pasar fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Pentingnya jual beli sebagai salah satu sendi perekonomian dapat dilihat dalam Al-Qur‟an surat Al-Baqarah ayat 275 :

يْطَٰنُ مِنَ ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰا۟ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّ

ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓا۟ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰا۟ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ

ٱلرِّبَوٰا۟ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ

نَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَادَ فَأُو۟لَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلوَمَنْ عَ

> Artinya: Orang-orang yang makan (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 (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Q.S. Al-Baqarah:275)

> “Dari Abdullah bin Umar Radhiyallahu Anhuma, dari Rasulullah SAW, beliau bersabda, jika dua orang saling berjual-beli, maka masing-masing diantara keduanya mempunyai hak pilih selagi keduanya belum terpisah, dan keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah seorang diantarnya keduanya membeli pilihan kepada yang lain, lalu keduanya menetapkan jual-beli atas dasar pilihan itu, maka jual-beli menjadi wajib.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli dalam rangka melakukan kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhannya.

4. Bentuk Campur Tangan Pemerintah

Pemerintah memiliki kewenangan dalam memperbaiki mekanisme pasar jika terjadi kegagalan. Campurtangan pemerintah mempunyai beberapa tujuan penting seperti yang dinyatakan dibawah ini:

a. Mengawasi agar eksternalisasi kegiatan ekonomi yang merugikan dapat dihindari atau akibat buruknya dapat dikurangi.
b. Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan biaya yang murah.
c. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaa, terutama perusahaan-perusahaan yang besar yang dapat mempengaruhi pasar, agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.
d. Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan dan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.
e. Memastikan agar kegiatan ekonomi yang dapat diwujudkan dengan efisien.[20]

B. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi. Skala revitalisasi ada tingkatan makro dan mikro. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan lokasi dan citra tempat).[21]

---

[20] Mudrajad Kuncoro, *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 83.
[21] Danisworo, 2002 pengertian revitalisasi, (online).

Revitalisasi sendiri bukan sesuatu yang hanya berorientasi pada penyelesaian keindahan fisik saja, tapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya serta pengenalan budaya yang ada. Program revitalisasi pasar tradisional digagas dengan maksud menjawab semua permasalahan yang melekat pada pasar tradisonal. Penyebabnya, pasar tradisional dikelola tanpa inovasi yang berarti yang mengakibatkan pasar menjadi tidak nyaman dan kompetitif.[22]

Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern. Menurut Paskarina dalam Mangeswuri dkk, dasar pertimbangan melakukan kerjasama merevitalisasi pasar tradisional antara lain berubahnya pandangan pasar dari tempat interaksi ekonomi menjadi ruang publik, yang difokuskan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjualbelikan.[23] Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil sserta perlu melibatkan pengembang untuk dikelola secara kreatif.

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang- undang Nomor 7 Tahun 2014 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 yang dilakukan dalam bentuk:

---

[22] Renald Kasali, *Manajemen Perilklanan : Konsep dan Aplikasinya*. (Jakarta: Pusaka Utama Grafiti, 2015), 67.

[23] Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya, Sisswidiyanto, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No.5, 760.

1. Pembangunan dan atau revitalisasi Pasar Rakyat;
2. Implementasi manajemen pengelolaan yang professional;
3. Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing; dan
4. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar Rakyat.

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Presiden.[24]

Revitalisasi adalah suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi. Banyaknya pasar modern dan *minimarket* dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan jaman.

Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat.

---

[24] Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat (1), (2), (3).

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta memiliki beberapa prinsip sebagai berikut:

a. Intervensi Fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka kawasan. Isu lingkungan pun sangat penting, sehingga intervensi fisik pun sudah semestinya memperlihatkan konteks lingkungan, perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.

b. Revitalisasi Manajemen

Pasar harus mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan, pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar dan *standar operasional procedur* pelayaan pasar.

c. Revitalisasi Ekonomi

Perhatian fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal. Sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi kawasan kota. Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitas kegiatan

ekonomi. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial.

d. Revitalisasi Sosial atau Institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik. Jadi bukan sekedar membuat tempat yang baik. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga. Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.[25]

e. Dampak Revitalisasi bagi Pedagang

Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikutsertaannya dalam produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah asset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan juga merupakan imbalan dalam bentuk materi yang didapatkan dari hasil pengaplikasian kekayaan atau dalam bentuk jasa manusia.[26]

Dengan dilaksanakannya revitalisasi pasar, pasar tradisional siap menyaingi serbuan pasar modern. Citra buruk yang terlanjur melekat diharapkan dapat terhapuskan. Intinya adalah revitalisasi. Pasar harus didesain sehingga menimbulkan kesan yang rapi, bersih, dan nyaman bagi para pembeli

---

[25] "Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat" (On-Line), tersedia di https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx, (20 Januari 2020).

[26] Rudianto, *Pengantar Akuntansi, Adaptasi IFRS*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 48.

termasuk menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat membuat peningkatan pendapatan bagi para pedagang melalui banyaknya konsumen yang belanja di Pasar tradisional.

f. Pendapatan

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan juga bisa digunakan untuk mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga.

Pendapatan dalam arti luas merupakan Penghasilan yang didapatkan oleh masyarakat (individu maupun perusahaan) atas prestasi kerjanya di dalam periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Secara garis besar, pendapatan merupakan hasil (uang) yang didapatkan dari kegiatan yang dilaksanakan oleh individu maupun perusahaan pada periode tertentu.

Menurut Boediono, pendapatan atau income adalah hasil penjualan dari faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Faktor-faktor produksi tersebut dibeli untuk digunakan sebagai input proses produksi sesuai dengan harga yang berlaku di pasar produksi.[27]

Menurut Senada Irawan dan Suparmoko, pendapatan seseorang adalah pendapatan yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Sedangkan menurut pandangan Endang dan Rintar pendapatan

[27] Boediono, *Ekonomi mikro*, (Yogyakarta, BPFE-YOGYAKARTA, 2016), 132.

adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan yang dihitung setiap Bulan atau tahun.[28]

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh sekelompok orang atau masyarakat melalui aspek penjualan barang maupun jasa yang biasanya dilakukan oleh pedagang di Pasar.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai teori pendapatan, maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari pendapatan meliputi:

a. Penjualan
b. Keuntungan, dan
c. Penghasilan

Tingkat pendapatan menjadi salah satu indikator yang menentukan maju tidaknya suatu daerah. Apabila pendapatan suatu daerah rendah maka dapat dikatakan bahwa rendah pula tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut. Begitupun sebaliknya, apabila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut akan tinggi juga sesuai dengan tingkat pendapatannya.

Dari penjelasan diatas jelas bahwa setiap rumah tangga yang terdapat dalam perekonomian tiga sektor pada umumnya mereka memperoleh pendapatan dari kegiatan ekonomi yang berlangsung di Pasar. Bagi rumah tangga, mereka akan mendapatkan pendapatan melalui penyediaan faktor-faktor produksi. Untuk rumah tangga produksi, mereka akan memperoleh

[28] Mudrajad Kuncoro, *Strategi pengembangan Pasar Modern dan Tradisional,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 83.

pendapatan dari keuntungan menjual barang dan jasa. Sedangkan Rumah tangga pemerintah akan memperoleh pendapatan dari pajak maupun retribusi atas prasarana dan kebijakan yang sudah diberikan atau disediakan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi faktor pendapatan, Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan suatu perusahaan antara lain :

a. Kondisi dan kemampuan penjualan
b. Kondisi pasar
c. Modal
d. Kondisi operasional perusahaan

Selain 4 faktor diatas, terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi volume pendapatan yakni:

a. Produk

Berupa sasaran perbaikan yang diperlukan, misalnya desain produk akibat dari keluhan dari para pelanggan.

b. Harga

Adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk.

c. Distribusi

Merupakan perantara barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas jaringan pendistribusian maka akan semakin berpengaruh positif juga pada penjualan dan promosi.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk memengaruhi, menghimbau, dan mengingatkan konsumen agar memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

C. Efektivitas Program Revitalisasi

Kementerian Perdagangan melakukan penyesuaian terhadap peraturan menteri perdagangan nomor 70 tahun 2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan, pusat perbelanjaan, dan toko modern dengan UU perdagangan yang baru nomor 7 tahun 2014.[29] Dalam penyesuaian tersebut ada beberapa hal yang ingin dicapai dan diubah, contohnya seperti pasar tradisional namanya berubah jadi pasar rakyat. Dan pasar modern namanya berubah jadi pasar swalayan. Selain dari perubahan nama tersebut menteri perdagangan juga membuat program demi meningkatkan kesejahteraan pedagang khususnya pedagang mikro, kecil, menengah. Salah satu usahanya yaitu dengan membuat program Revitalisasi Pasar Rakyat. Dalam hal ini Pemerintah Pusat bekerjasama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.

Program revitalisasi pasar harus sesuai dan berpedoman pada Standar Nasional Indonesia (SNI) yang telah ditetapkan. Dalam Rancangan Peraturan

---

[29] Miftahul . *UU Perdagangan baru sebut pasar Tradisional jadi pasar rakyat* http://economy.okezone.com/read/2014/08/19/320/1026781/uu-perdagangan-baru-sebut-pasartradisional-jadi-pasar-rakyat (diakses pada 1 Mei 2020).

Presiden republik Indonesia yang dijelaskan pada BAB II pasal 6 pembangunan atau revitalisasi Pasar Rakyat harus mencakup:[30]

1. Revitalisasi fisik, yaitu upaa perbaikan dan peningkatan sarana fisik baik dari segi luas maupun kualitas bangunan yang berpedoman pada SNI pasar rakyat yang meliputi :

a. Kondisi fisik bangunan berpedoman pada desain standar purwarupa (prototype) Pasar Rakyat
b. Zonasi barang yang dipedagangkan
c. Sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkunan
d. Kemudahan akses transportasi

2. Revitalisasi manajemen harus mempertimbangkan :

a. Peningkatan profesionalisme pengelola
b. Pemberdayaan pelaku usaha
c. Penerapan standar operosional prosedur pengelolaan dan pelayanan Pasar Rakyat, yang diprioritaskan pada kepastian produk yang diperdagankan bebas dari bahan bahaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

3. Revitalisasi Ekonomi, merupakan upaya perbaikan interdimensi hulu- hilir Pasar Rakyat untuk meningkatkan daya saing dan omset, keseimbangan permintaan dan penawaran, serta kestabilan harga yang memberikan efek ganda disktor produksi, kreatifitas produksi, dan ketersediaan pasokan barang kebutuhan pokok.

---

[30] Rancangan peraturan Presiden Repubik Indonesia tentang Pengembangan, Penataan, dan Pemibinaan pasar rakyat, Pusat perbelanjaan, dan toko swalayan

4. dan peningkatan sistem interaksi sosial budaya antar pemangku kepentingan dan antara pedagang di Pasar Rakyat dengan konsumen serta pembinaan pedagang kaki lima mewujudkan Pasar rakyat yang kondusif dan nyaman.

D. Peningkatan Ekonomi

Ekonomi dapat diartikan sebagai ilmu tentang mengelola rumah tangga. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui tiga kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Dari ketiga kegiatan utama tersebut produksi dapat diartikan sebagai pembuat atau penghasil, sedangkan distribusi adalah pemasaran atau penyalur, dan konsumen berarti pemakai atau yang membutuhkan suatu barang yang sudah jadi siap untuk digunakan sesuai kebutuhan. Peningkatan ekonomi adalah keadaan dimana seseorang yang sebelumnya belum mempunyai penghasilan uang yang lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hingga mampu mendapatkan penghasilan yang lebih dari cukup. Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.[31]

Beberapa ahli mendefinisikan Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah. Ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang dibingkai dengan syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari

[31] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14.

definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*), benar atau salah tetap harus diterima.[32]

E. Pengertian Pasar dan Konsep Pasar dalam Islam

Pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar dalam realitas bisnis sebagai mekanisme yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga.[33]

Pasar merupakan tempat orang-orang berkumpul dengan tujuan untuk menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang.[34] Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat orang berjual-beli juga berarti kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa.[35]

Menurut Wikipedia bahasa Indonesia pasar 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.[36]

Sedangkan Menurut pendapat William J. Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi diatas terdapat 3 unsur penting

---

[32] Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: LPPI, 2006), 6.
[33] Ismail Nawawi, *Isu-isu Ekonomi Islam,* , (Jakarta : CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2013), 335.
[34] Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis,* (Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta, 2012), 78.
[35] A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-qur'an,* (Jakarta : Penerbit Amzah,Cet I, 2010), 73.
[36] Pasar ekonomi , dalam http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar , diakses pada 12 Oktober 2020.

didalam pasar yaitu : Orang dengan segala keinginannya, Daya beli mereka, dan Kemauan untuk membelanjakannya.[37]

Sedangkan pengertian syariah, kata syariah berasal dari bahasa Arab biasa disebut *asy-syari'ah* (mufrad dari *syara'i* dan secara harfiah berarti "jalan ke sumber air" dan "tempat orang-orang yang minum".[38] Dalam konsep pasar yang Islami, harga barang ditentukan berdasarkan prinsip *ard wa ta'ab* (penawaran dan permintaan) dengan tetap memantau pengaruh luar. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi secara rela sama rela dalam artian *an tara>d}in* tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.[39]

---

[37] Muhammad Nejatullah Siddiq, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1991), 81.
[38] Yusuf Al-Qardhawy, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya : Dunia Ilmu, 1997), 1.
[39] Ismail Nawawi, *Isu-isu Ekonomi Islam*, , (Jakarta : CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2013), 369.