

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Relevan

Bersumber dari penelusuran Pustaka yang dilakukan, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang masih terkait dengan judul yang penulis teliti di antaranya yaitu:

1. Penelitian saudara M. Ilhamsyah Eddy (2014) yang berjudul "*Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha (Studi Kasus pada Toko Sepatu Amigo Pasar Sentral Medan)*" Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud menggambarkan kejadian atau fakta yang terdapat disuatu objek. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan usaha dagang sepatu di pasar tradisional sentral telah melaksanakan manajemen keuangan dengan baik. Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa peran pasar tradisional pada pelaku usaha sepatu di sentral menjadikan pelaku usaha tersebut sejahtera. Dengan aktivitas usaha yang dilakukan dari pukul 5 pagi sampai jam 6 sore dengan persediaan produk atau sepatu yang diperoleh dari pemasok dengan proses jual beli secara langsung kepada konsumen dan pesanan pelanggan tetap.

Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang pasar tradisional

Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu lebih berfokus atau tertuju pada meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha atau pedagang pada toko sepatu di pasar tradisional tersebut, sedangkan pada penelitian sekarang lebih kepada semua

pelaku usaha atau pedagang di pasar tradisional kosali selain itu perbedaan kedua penelitian tersebut juga terletak pada lokasi penelitian.

2. Penelitian saudari Nikmatul Maskuroh (2019) dengan judul "*Peran Pasar dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam*".

Payungi merupakan pasar tradisional sekaligus pengembangan dari ekonomi kreatif yang secara spesifik terdapat ciri dari praktek ekonomi islam. Sistem ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berorientasi rahmatan lil alamin. Dalam Ekonomi Islam tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit: (nilai materi), namun harus tetap berperan penting dalam memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan dan manfaat) nonmateri, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, dan kepedulian sosial dan sebagainya. Melihat latar belakang masalah tersebut, maka muncul suatu pertanyaan, bagaimana peran Payungi dalam peningkatan perekonomian masyarakat serta kesesuaian dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran Pasar Payungi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota Metro, serta bagaimanakah tinjauan ekonomi Islam terhadap para pedagang pasar tersebut. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah Penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada kepala pasar, penggagas pasar, dan masyarakat sekitar yang sekaligus sebagai pedagang dalam pasar. Observasi mengamati keadaan yang ada di

Payungi dan Sekitar Pasar, dan dokumentasi digunakan untuk mendukung data-data yang peneliti dapatkan di lapangan.

Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, sumber data penelitian yaitu data primer dan data sekunder serta teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu pasar tradisional payungi berfokus secara spesifik lebih kepada ciri dan praktek ekonomi islam serta sistem ekonomi islam yang di terapkan pada penelitian terdahulu di pasar payungi. Sedangkan penelitian sekarang hanya berfokus secara umum tentang peran pasar dan upaya pengembangan pasar, dan tidak menerapkan prinsip syariah/islam di dalam penelitian peneliti serta kedua penelitian tersebut terletak pada lokasi penelitian yang berbeda.

3. Penelitian saudara Deden Syahrul Guntara (2021) dengan penelitian yang berjudul *“Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pada Pasar Bendo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek)”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana Peneliti menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa pasar tradisional Bendo menjadi tempat masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli, kegiatan jual beli bisa terdiri dari barang ataupun jasa. Selain menjadi lokasi jual beli, pasar tradisional Bendo berperan dalam menyerap tenaga kerja sekitar. Dampak keberadaan Pasar Bendo sangat dirasakan oleh pedagang dengan adanya pasar sebagai tempat bertemunya

penjual dan pembeli membuat masyarakat yang mempunyai hasil produksi dan hasil berkebun tidak kesusahan dalam menjual barangnya karena adanya pasar.

Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah mengangkat judul yang sama tentang peran pasar tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang serta kedua penelitian ini mempunyai kesamaan dalam menggunakan metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan sama-sama menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dan sama-sama membahas tentang pasar tradisional

Perbedaannya terletak pada konteks dan cakupan penelitian. Pertama pada penelitian terdahulu lebih spesifik dalam menganalisis peran pasar tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang (*Studi Kasus Pada Pasar Bendo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek*). Sedangkan penelitian kedua yang diteliti oleh peneliti yaitu mungkin lebih umum dalam mencakup peran pasar serta pengembangan pasar tradisional kosali. Selain itu, perbedaan mungkin juga ada dalam metode analisis dan peran pasar dalam masing-masing subjek penelitian. Perbedaannya juga adalah terletak pada lokasi yang berbeda.

4. Jurnal yang ditulis oleh Lam, Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan dan Nw. Sri Astiti (2014), yang berjudul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur”, mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana (2014). Hasil identifikasi dan evaluasi prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu memperbaiki manajemen Pasar Tradisional Kertha. Pembaruan ini meliputi

pemberitahuan mengenai *jobdescriptions* pegawai, hak, kewajiban, sanksi bagi para pegawai, pengelolaan sampah dan kebersihan, pelatihan bagi para pegawai, memperlakukan perjanjian kontrak sewa antara pihak dasar pedagang, serta pelaksanaan rapat antara pihak pedagang dan pengelola mengenai kenaikan dan pembayaran. Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu oleh Iam. Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan dan NW. Sri Astiti dengan penelitian sekarang:

Persamaannya sama-sama menggunakan metode kualitatif serta sama-sama membahas tentang pengembangan pasar

Perbedaannya penelitian terdahulu membahas seberapa besar pengaruh strategi pengembangan pasar sedangkan penelitian sekarang berfokus pada meningkatkan kesejahteraan pedagang serta perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Kukuh Suhariono (2019), skripsi dengan judul "*Pengaruh Keberadaan Pasar Rakyat Tani Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Pedagang*". Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lapangan nyata dengan menggunakan informasi yang dikumpulkan melalui angket, observasi, wawancara, dan metode lain dengan menggunakan kelompok sampel sebanyak 20 dealer. Akibat berdagang dipasar tani rakyat, tingkat kesejahteraan keluarga pedagang meningkat hingga mampu memenuhi 90% kebutuhan sekundernya dan 10% kebutuhan tersiernya.

Persamaannya antara kedua penelitian tersebut adalah sama-sama ingin meningkatkan kesejahteraan keluarga pedagang/pedagang di pasar.

Perbedaannya antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti sekarang adalah peneliti terdahulu menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan koesioner/angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi serta penelitian terdahulu lebih berfokus ke pengaruh keberadaan pasar Sedangkan penelitian kedua hanya menggunakan 3 teknik pengumpulan data saja tidak termasuk koesioner/angket serta penelitian kedua lebih kepada peran pasar tradisional dan penelitian keduanya memiliki lokasi penelitan yang berbeda.

6. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Novianto Fajar Shiddiq (2020), skripsi dengan judul *“Peran Pengelola Pasar Tradisional Dalam Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Desa Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta)”*. Menurut temuan penelitian pengelola pasar desa Caturtunggal melakukan pekerjaan yang sangat baik dalam mengelola urusannya untuk kepentingan pedagangnya. Program pengelola pasar telah berpotensi dengan sukses, efektif, dan berkelanjutan. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode pilihan, dan metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Persamaannya sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Perbedaannya pada penelitian terdahulu berfokus pada pengelolaan pasar tradisional, sedangkan penelitian sekarang hanya berfokus pada peran pasar tradisional serta perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Peran Pasar Tradisional

2.2.1.1. Pengertian Peran

Menurut Lepa dkk (2019:3) peran adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dimana tindakan tersebut dapat memberikan sesuatu yang diharapkan masyarakat sesuai dengan status yang dimiliki oleh orang tersebut sehingga peran tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat dan memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan. Peran mencakup tiga hal yaitu aturan yang berhubungan dengan posisi seseorang di masyarakat. Peran dalam hal ini merupakan norma-norma yang mengajarkan seseorang cara berkehidupan di masyarakat luas. Peran merupakan suatu rancangan tentang apa yang harus dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan bermasyarakat sebagai sebuah perkumpulan. Peran juga dapat diartikan sebagai tingkah laku seseorang yang penting bagi kedudukan seseorang yang berstruktur sosial dimasyarakat.

Menurut Rahayu (2019:7) peran ialah suatu kedudukan yang diungkapkan oleh seseorang kepada masyarakat luas dimana seseorang tersebut mengungkapkan fungsi awal di kedudukan tersebut dimana posisi tersebut masih berstruktur sosial. Terdapat dua paham dalam mengartikan peran ini yaitu paham strukturalis dan interaksi. Paham strukturalis adalah kaitan antara peran sebagai kebudayaan pada hak dan kewajiban yang telah ditentukan oleh sistem budaya di suatu daerah tertentu. Sedangkan paham interaksi adalah paham yang mengutamakan pergerakan seseorang dalam menjalankan aktivitas dengan kondisi yang aktif dan terus-menerus berkembang dalam tingkatan-tingkatan kehidupan yang diduduki oleh seseorang. Oleh karena itu ia ingin selalu berusaha tampil

berbeda untuk disegani masyarakat luas yang diharapkan perilaku tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Peran dapat diartikan sebagai perilaku seseorang yang diharapkan dapat merubah keadaan masyarakat luas menjadi lebih baik berdasarkan posisi atau kedudukannya.

Sedangkan menurut Kurnia (2019:42) peran juga diartikan sebagai wujud nyata tingkah laku seseorang yang dapat mengubah kehidupan masyarakat dan menjadi panutan masyarakat. Terdapat tiga posisi yang ada dimasyarakat yaitu posisis tinggi, posisis sedang dan posisi rendah. Kedudukan adalah tempat menjalankan hak dan kewajibannya dimana dalam menjalankan tersebut diperhatikan oleh masyarakat agar terlihat mumpuni orang lain yang menjadi pemegang peran. Oleh karena itu kedudukan seseorang menentukan seberapa besar wewenang yang dijalankan begitunya juga hak tergantung pada seberapa hak yang diterimanya dalam melaksanakan kedudukannya.

Secara sosiologis peran sebagai bentuk sikap atau gerakan yang dilaksanakan di masyarakat guna untuk melaksanakan kedudukannya dimana dalam kedudukannya tersebut terdapat hak dan kewajiban yang sudah tertata untuk dijalankan sebagai pemaku suatu posisi. Secara umum peran ini dinantikan oleh masyarakat luas guna keberlangsungan kehidupannya dan jika terjadi perubahan sesuai dengan keinginan lingkungan maka peran ini disebut dengan peran yang berhasil, peran ini dimaknai sebagai tugas yang diberikan kepada seseorang untuk dijalankan dan di tugaskan dari atasan untuk dilaksanakan guna mensejahterakan masyarakat.

Peran menurut Faozan (2023:10) ialah suatu sikap yang tersusun sesuai dengan posisi yang dijabatkan oleh seseorang yang diharapkan dapat memberikan

imbalan balik kepada masyarakat. Posisi ini merupakan tempat seseorang untuk membuktikan aktualisasi dirinya dilingkungan sosial yang berhubungan dengan hak dan kewajibannya. Sedangkan menurut Arthur dan Emily (Faozan 2013:11) peran pada umumnya sejatinya untuk mewujudkan hak dan kewajiban yang diharapkan oleh masyarakat untuk memberikan perubahan yang di pengaruhi keadaan sosial baik intenal maupun eksternal. Jadi peran disini ialah seperangkat perilaku yang menjalankan tugas dan kewajiban yang diharapkan oleh masyarakat sesuai dengan posisinya.

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa peran merupakan seseorang yang dapat dijadikan suatu cerminan untun melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan posisi masyarakat. Perilaku tersebut diharapkan mampu memenuhi tanggung jawab dan bersikap atau tingkah laku dimasyarakat dimana perilaku atau aktivitas tersebut dapat digunakan untuk berintegrasi dengan orang lain. Peran merupakan perilaku yang mempengaruhi atau mengubah keadaan berdasarkan status yang dimiliki seseorang dimana hal tersebut tidak dapat dipisahkan dari hak dan kewajibannya. Peran mempunyai arti sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh seseorang dan harus dipenuhi oleh masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu demi terciptanya suatu kondisi yang teratur, bersih dan mempunyai tatanan yang baik.

2.1.2.2. Indikator Peran Pasar Tradisional

Dalam menilai peran Pasar Tradisional Kosali dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang sayur, sembako, dan pecah belah di Desa Lalume, Kecamatan Pakue, dapat digunakan indikator-indikator yang merujuk pada teori kesejahteraan dan pendekatan sustainable livelihood yang dikembangkan oleh

Chambers dan Conway (1992). Indikator kesejahteraan ini mencakup pendapatan rata-rata per bulan yang diperoleh pedagang, peningkatan modal usaha, serta kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, pendidikan anak, dan layanan kesehatan. Selain itu, aspek keberlanjutan usaha juga penting, seperti frekuensi berdagang, stabilitas pendapatan, dan kemampuan pedagang dalam menghadapi tantangan ekonomi tanpa tergantung pada bantuan sosial. Indikator lainnya meliputi kepuasan pedagang terhadap fasilitas dan lokasi pasar, serta potensi pengembangan usaha seperti perluasan jenis dagangan atau peningkatan jumlah pelanggan. Melalui indikator-indikator ini, dapat dilihat sejauh mana keberadaan pasar berkontribusi pada peningkatan taraf hidup pedagang, baik secara ekonomi, sosial, maupun psikologis.

2.1.2.3. Peranan Pasar Tradisional

Peranan pasar tradisional sangat membantu perekonomian masyarakat, terutama bagi pedagang yang menjadikan pasar sebagai mata pencahariannya. Melalui peran pasar dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pedagang. Dengan adanya pasar juga dapat mengurangi pengangguran. Pasar tradisional memiliki peran sebagai tempat untuk menampung hasil sumber daya yang ada. Pasar mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian, berikut dikemukakan secara rinci:

- 1) Peranan pasar bagi produsen yaitu membantu memperlancar penjualan hasil produksi dan dapat pula digunakan sebagai tempat untuk mempromosikan atau memperkenalkan barang dan jasa hasil produksi sehingga konsumen mudah untuk menemukan barang yang di cari.

- 2) Peranan pasar bagi konsumen yaitu konsumen mudah untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan harga yang relatif terjangkau. Dengan beragamnya jenis dagangan yang dijual di pasar maka memudahkan konsumen untuk mencari barang yang dibutuhkan.
- 3) Peranan pasar bagi pembangunan adalah menunjang kelancaran pembangunan yang sedang berlangsung. Upaya dalam meningkatkan pembangunan, pasar berperan membantu menyediakan segala macam barang dan jasa yang bermanfaat bagi pembangunan. Pasar juga dapat dijadikan sumber pendapatan pemerintah melalui pajak retribusi. Selain itu, pasar juga sebagai peluang bagi masyarakat setempat untuk memperoleh pekerjaan di pasar sehingga mampu mengurangi pengangguran.
- 4) Peran pasar bagi sumber daya manusia yaitu dengan adanya kegiatan perdagangan disuatu pasar membutuhkan tenaga kerja yang tidak sedikit. Semakin luas suatu pasar, semakin besar tenaga kerja yang di butuhkan. Dengan banyaknya tenaga kerja yang di butuhkan oleh pasar, berarti peranan pasar sudah turut membantu mengurangi pengangguran dan dapat meningkatkan sektor perekonomian suatu wilayah (Idrus & Nur, 2016)

2.2.2. Pasar Tradisional

2.2.2.1. Pengertian Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan

Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya, masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Menurut Wicaksono dkk (2011) mengatakan pasar tradisional merupakan tempat bertemunya para pembeli dan penjual yang disertai dengan aktivitas tawar-menawar secara langsung.

Pasar tradisional merupakan pasar yang sangat penting bagi masyarakat karena masyarakat karena mayoritas di Indonesia petani dan nelayan, dengan adanya pasar tradisional ini maka para petani nelayan dapat dengan mudah menjual hasil pertanian ataupun hasil laut yang mereka peroleh. Pasar memiliki multi peran, selain terjadinya permuan antara produsen dan konsumen pasar memiliki fungsi sebagai tempat bertemunya barang atau produk yang dibawah oleh setiap masyarakat yang memanfaatkan pasar. Pasar juga sebagai sistem sosial kebudayaan, bermakna bahwa pasar tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat.

Pasar tradisional juga merupakan wadah untuk mendapatkan berbagai kebutuhan pokok baik sandang maupun pangan bagi mayoritas penduduk didesa. Mereka bisa mendapatkan barang dengan harga barang yang terjangkau bahkan di pasar tradisional juga bisa melakukan sistem tawar-menawar. Pada pasar tradisional ini juga sebagian besar masyarakat menjual kebutuhan sehari-hari contohnya seperti berupa sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, daging, bumbu dapur, lauk-pauk

yang siap saji, pakaian, pecah belah/alat dapur, kue-kue tradisional, makanan nusantara dll.

2.2.2.2. Tujuan Pasar Tradisional

Pasar sangat penting bagi masyarakat maupun bagi pedagang dipasar. Hal ini dikarenakan pasar merupakan tempat dimana sumber penghasilan bagi para pedagang untuk memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan pribadinya maupun kebutuhan keluarganya serta pasar tradisional juga sudah menjadi tempat bagi para pembeli untuk mencari kebutuhan sehari-harinya di pasar. Pasar tradisional juga biasa disebut pasar rakyat yang merupakan lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terjadi tawar menawar harga atas barang-barang yang dijual yang biasanya merupakan barang kebutuhan sehari-hari hasil pertanian, hasil laut dll.

Tujuan pasar tradisional meliputi beberapa aspek penting diantaranya yaitu:

1. Penyediaan Kebutuhan Harian

Pasar tradisional menyediakan berbagai macam kebutuhan harian masyarakat, seperti bahan makanan, pakaian, dan barang kebutuhan rumah tangga lainnya.

2. Mendukung Perekonomian Lokal

Pasar ini menjadi tempat bagi para petani, nelayan, dan pengrajin lokal untuk menjual produk mereka, sehingga mendukung perekonomian lokal.

3. Interaksi Sosial

Pasar tradisional menjadi tempat bertemunya masyarakat dari berbagai latar belakang untuk berinteraksi dan berkomunikasi, memperkuat ikatan sosial dalam komunitas.

4. Pusat Budaya dan Tradisi

Pasar tradisional sering kali menjadi cerminan budaya dan tradisi lokal, dengan berbagai produk dan praktik yang khas.

5. Harga yang terjangkau

Produk di pasar tradisional sering kali dijual dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan toko modern, karena rantai distribusi yang lebih pendek.

6. Penyediaan Lapangan Kerja

Pasar ini menciptakan banyak peluang kerja bagi masyarakat sekitar, baik sebagai pedagang, pekerja, maupun pelaku jasa lainnya.

7. Pengembangan UMKM

Pasar tradisional mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memberikan tempat bagi mereka untuk memasarkan produk mereka.

2.2.2.3. Jenis-jenis Pasar Tradisional

Jumlah pasar yang cukup banyak ternyata dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Berikut adalah jenis pasar tradisional menurut Lilananda, pasar dikategorikan menjadi beberapa jenis yakni:

1. Pasar eceran, pasar yang menerima permintaan dan penawaran barang secara ecer
2. Pasar grosir, pasar yang menerima permintaan dan penawaran barang secara grosir

3. Pasar induk, pasar yang lebih besar dari pasar ecer dan pasar grosir yang menyediakan bahan dan produk untuk disalurkan pada toko grosir dan pusat pembelian.

2.2.3. Kesejahteraan Pedagang

2.2.3.1. Pengertian Kesejahteraan Pedagang

Menurut Justita (2016, p. 26) Kesejahteraan merupakan kondisi dimana terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari tempat berlindung yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.

Kesejahteraan masyarakat juga dapat didefinisikan yaitu suatu kondisi yang memperlihatkan suatu keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat (Bahrudin, 2016:145). Dengan kata lain kesejahteraan adalah sebuah kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokoknya, baik itu kebutuhan sandangnya, pangan, dan papan, serta memiliki pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan dalam memenuhi kebutuhan seseorang.

Kesejahteraan berarti hal atau keadaan sejahtera, keamanan, keselamatan, dan ketentraman (KBBI, 2022). Kesejahteraan atau sejahtera dapat memiliki empat arti, yaitu sejahtera menuju keadaan yang baik, kondisi manusia dimana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai (Pigou, 1960). Kesejahteraan adalah sebuah tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spiritual yang diikuti dengan rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman diri, rumah tangga serta masyarakat lahir dan batin yang memungkinkan setiap

warga negara dapat melakukan usaha pemenuhan kehidupan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri sendiri, rumah tangga, serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi (Suharto, 2008). Kesejahteraan dapat diartikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan. Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat yang telah berada pada kondisi sejahtera. Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa senang/bahagia, tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin di capainya, ia juga terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam dirinya.

Menurut Notowidagdo (2016) berpendapat bahwa sejahtera adalah aman, sentosa, makmur dan selamat (terlepas dari segala gangguan kesukaran dan sebagainya). Selain itu, menurut Suharto (2016) kesejahteraan sosial mencakup 3 konsepsi dasar yaitu : (1) Kondisi kehidupan atau sejahtera, yaitu terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial, (2) Institusi, arena atau bidang kegiatan yang melibatkan lembaga kesejahteraan sosial dan berbagai profesi kemanusiaan yang menyelenggarakan usaha kesejahteraan sosial dan pelayanan sosial, (3) Aktivitas, yakni suatu kegiatan-kegiatan atau usaha yang terorganisir untuk mencapai kondisi sejahtera.

Kesejahteraan dalam pembangunan sosial ekonomi juga tidak dapat didefinisikan hanya berdasarkan konsep material, tetapi juga memasuki tujuan-tujuan kemanusiaan dan kerohanian. Oleh sebab itu konsep kesejahteraan bukan berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan material, melainkan juga berorientasi pada terpenuhinya kesejahteraan spiritual dan ukhrawi (Noveria, 2017). Tingkat kesejahteraan merupakan konsep yang digunakan untuk menyatakan kualitas hidup suatu masyarakat atau individu di suatu wilayah dalam kurun waktu tertentu.

Konsep kesejahteraan yang dimiliki bersifat relatif, tergantung bagaimana penilaian masing-masing individu terhadap kesejahteraan itu sendiri.

Menurut KBBI pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Menurut Eko Sujatmiko (2014:231) pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang merupakan orang yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari.

Frida Hasim berpendapat bahwa pedagang adalah siapa saja yang melakukan tindakan perdagangan dan dalam melakukan tindakan ini menganggapnya sebagai pekerjaannya sehari-hari. Pedagang juga adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Menurut Kibrandoko, pedagang merupakan seseorang ataupun sekelompok orang yang menyediakan barang atau jasa kepada konsumen. Menurut Abdullah dalam konteks usaha mikro, pedagang mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat lapisan bawah dengan sektor informal, dimana sektor informal merupakan sektor ekonomi yang terdiri atas unit usaha skala kecil yang memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa, dengan tujuan utama menciptakan kesempatan memperoleh pendapatan bagi para pelakunya.

Menurut Fahrudin (2016) mengemukakan bahwa kesejahteraan pedagang adalah sebuah kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta

kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai, yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman tentram, baik lahir maupun batin.

Dengan begitu maka kesejahteraan pedagang adalah harapan dari setiap orang sehingga dapat menjalani kehidupannya secara wajar dan menyenangkan karena tercukupi kebutuhan materil dan spiritualnya yaitu dapat memenuhi kebutuhan pokoknya, baik itu kebutuhan sandang, pangan dan papan, serta memiliki pekerjaan yang layak sesuai dengan yang diinginkan dan mampu memenuhi kebutuhan rohani seperti ketenangan, kenyamanan, penghormatan, perlindungan dan lainnya yang menjadi tolak ukur dari sejahtera. Tingkat kesejahteraan yang tinggi dapat dicapai apabila suatu perilaku mampu memaksimalkan tingkat kepuasan sesuai dengan sumber daya yang telah dimiliki.

2.2.3.2. Peningkatan Kesejahteraan

Aktivitas yang dilakukan di pasar merupakan salah satu jalur pertemuan antara produsen dan konsumen dalam menawarkan barang ataupun jasa. Dengan adanya pasar maka akan menjadi tempat untuk semua aktivitas ekonomi masyarakat termasuk dalam melakukan kegiatan jual beli. Pasar tersebut akan berjalan dengan baik jika distribusi barang atau jasa berjalan dengan lancar. Apabila distribusi terhambat maka berpengaruh kepada harga yang dijual dipasar menjadi lebih mahal karena barang yang dihasilkan sedikit dan kurangnya keragaman barang yang tersedia dipasar sehingga terhambatnya kegiatan manusia untuk memenuhi kehidupan hidupnya sehari-hari serta mengurangi minat pembeli untuk berbelanja dipasar yang berakibat pada menurunnya pendapatan barang. Dalam

usaha produksi, kedudukan antara produsen dan konsumen sama-sama berperan penting dalam interaksi jual beli, dimana produsen sebagai orang yang mengasihkan barang atau jasa sedangkan konsumen sebagai orang yang memakai barang atau jasa tersebut yang di tawarkan oleh produsen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Menurut Syukur (2018) bahwa distribusi merupakan suatu aktivitas penyaluran barang/produk sampai ke tangan konsumen. Hal ini sangat dibutuhkan karena dengan penyaluran barang tersebut maka dapat berguna kepada konsumen dari pihak produsen sebagai pembuat barang tersebut. Dalam distribusi meliputi dua aspek yaitu penentuan institusi yang akan melakukan kegiatan mendistribusikan barang (pedagang besar/wholesaler, pedagang eceran/retailer, dan agen pemasaran/agent) dan penentuan cara penyimpanan (penggudangan) dan alat pengangkutan yang akan mendistribusikan barang dari pabrik perusahaan ke institusi-institusi yang membantu memasarkan barang kepada para konsumen.

Dalam menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen bisa dengan berbagai cara yang dilakukan salah satunya adalah memanfaatkan pasar tradisional tersebut sebagai tempat untuk transaksi jual beli. Melalui peran pasar sendiri baik pedagang maupun pembeli akan merasakan keuntungan masing-masing. Pasar dapat menjadi lapangan pekerjaan bagi orang/masyarakat yang ingin menjadi pedagang sehingga dengan begitu dapat meningkatkan pendapatannya serta berdampak pada kesejahteraan pedagang sedangkan bagi pembeli dapat dengan mudah dalam menemukan atau mencari barang atau jasa yang dibutuhkannya dalam kehidupan sehari-hari dipasar tersebut. Dengan adanya pasar tersebut maka akan menguntungkan kedua belah pihak antara pedagang dan pembeli.

2.2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan

Pencapaian kesejahteraan hidup pedagang biasanya dapat terpenuhi dikarenakan beberapa faktor umum yang mempengaruhinya. Menurut Sumarti (2012), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kesejahteraan diantaranya:

1. Faktor Internal

a. Jumlah anggota keluarga

Pada zaman sekarang ini tuntutan keluarga semakin meningkat. Artinya tuntutan yang dimaksud tidak hanya cukup dengan kebutuhan primer (sandang, pangan, papan, pendidikan dan sarana pendidikan) tetapi kebutuhan lainnya seperti hiburan, rekreasi, sarana ibadah, sarana untuk transportasi dan lingkungan yang serasi.

b. Tempat Tinggal

Suasana tempat tinggal tentunya dapat mempengaruhi kesejahteraan keluarga. Keadaan tempat tinggal yang diatur sesuai dengan selera keindahan penghuninya akan lebih menimbulkan suasana yang tenang dan mengembirakan serta menyejukkan hati. Demikian pula sebaliknya, jika tempat tinggal yang tidak teratur, maka senantiasa akan menimbulkan kebosanan untuk di tempati. Bahkan sering terjadi ketegangan antara anggota keluarga yang disebabkan kekacauan pikiran karena tidak memperoleh rasa nyaman dan tenang akibat tidak teraturnya sasaran dan keadaan tempat tinggal.

c. Keadaan Sosial Keluarga

Untuk mendapatkan kesejahteraan keluarga alasan yang paling kuat adalah keadaan sosial dalam keluarga dapat dikatakan baik dan harmonis, bilamana

ada hubungan yang baik dan benar-benar didasari ketulusan hati dan rasa kasih sayang antara anggota keluarga.

d. Keadaan Ekonomi Keluarga

Keadaan ekonomi dalam keluarga merupakan suatu hal yang sangat penting keberadaannya, jika ekonomi keluarga stabil maka tentunya segala kebutuhan akan mudah terpenuhi. Keadaan ekonomi dalam keluarga pedagang ini meliputi keuangan dan sumber-sumber yang dapat meningkatkan taraf hidup anggota keluarga. Salah satu yang mempengaruhi ekonomi keluarga, yaitu jumlah pendapatan yang diterima oleh pedagang.

2. Faktor Eksternal

Kesejahteraan pedagang perlu ditingkatkan agar tidak terjadi kegoncangan dan ketegangan jiwa diantara anggota keluarga, karena hal ini dapat mengganggu ketentraman dan kenyamanan kehidupan kesejahteraan keluarga. Faktor yang dapat mengakibatkan kegoncangan jiwa dan ketentraman batin anggota keluarga yang datangnya dari luar lingkungan keluarga antara lain:

- a. Faktor manusia yaitu, iri hati, fitnah, ancaman fisik, dan pelanggaran norma.
- b. Faktor alam yaitu, bahaya alam, kerusakan dan berbagai macam virus penyakit.
Fktor ekonomi negara yaitu, pendapatan tiap penduduk dan *incom* perkapita rendah, inflasi.
- c. Faktor nilai hidup yaitu, sesuatu yang dianggap paling penting dalam hidupnya.
- d. Nilai hidup merupakan konsepsi, artinya gambaran mental yang membedakan individual atau kelompok dalam rangka mencapai sesuatu yang diinginkan.

e. Faktor tujuan hidup yaitu, sesuatu yang akan dicapai atau sesuatu yang diperjuangkan agar nilai yang merupakan patokan dapat tercapai dengan demikian tujuan hidup tidak terlepas dari nilai hidup.

f. Faktor standar hidup yaitu, tingkatan hidup yang merupakan suatu patokan yang ingin dicapai dalam memenuhi kehidupan.

2.2.3.4. Indikator Kesejahteraan

Menurut Badan Pusat Statistik (2021) untuk melihat tingkat kesejahteraan masyarakat suatu wilayah ada beberapa indikator yang dijadikan ukuran, antara lain yaitu: 1) Tingkat pendapatan; 2) Akses terhadap pendidikan; 3) Akses terhadap kesehatan; 4) Kepemilikan rumah dan fasilitas yang dimiliki.

Adapun indikator kesejahteraan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sebagai berikut:

1) Tingkat Pendapatan

Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kerja keras berupa materi yang diperoleh baik itu penghasilan yang didapatkan oleh kepada keluarga maupun anggota keluarga. Dimana penghasilan tersebut nantinya akan digunakan untuk konsumsi, kesehatan, pendidikan dan kebutuhan lain yang bersifat material. Tingkat pendapatan digolongkan menjadi 3 item yaitu:

Tinggi (> Rp5000.000)

Sedang (Rp1000.000- Rp5000.000)

Rendah (< Rp1000.000)

a. Pendapatan Rendah (< Rp 2.000.000/bulan)

Menurut studi revitalisasi pasar modern Limboto, pendapatan pedagang sebelum intervensi diperkirakan antara Rp 1.900.000–2.000.000 (kategori rendah)

dengan persentase sekitar 40 % (Abas dkk., 2025). Kelompok ini biasanya terdiri dari pedagang musiman atau berjualan hanya pada hari-hari tertentu, dengan modal minim dan lokasi kurang strategis

b. Pendapatan Sedang (Rp 3.000.000–3.500.000/bulan)

Studi yang sama menyebut bahwa kategori sedang berada pada kisaran Rp 3.000.000–3.500.000, dengan peningkatan signifikan setelah revitalisasi mencapai 40 % Pedagang dalam kisaran ini biasanya menjual kebutuhan sehari-hari seperti sayur, telur, atau bumbu dapur. Pendapatan ini stabil dan cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar, namun belum tinggi.

c. Pendapatan Tinggi (> Rp 4.000.000/bulan)

Masih dari Limboto, sebelum revitalisasi persentase pedagang dalam kategori tinggi (Rp 5.000–25.000) mencapai 25,7 %, sedangkan setelah revitalisasi meningkat ke 30 % .Ini mencakup pedagang sembako, beras, atau warung makan dengan volume besar, lokasi strategis, dan manajemen usaha lebih baik.

Klasifikasi ini telah digunakan dalam literatur nasional dan memberikan tolok ukur objektif antar kelompok pedagang. Dengan pembagian ini:

1. Pendapatan rendah merepresentasikan pedagang paling rentan — modal terbatas, frekuensi berdagang rendah.
2. Pendapatan sedang mencerminkan pedagang dengan usaha tetap, mungkin mampu mencukupi kebutuhan dasar.
3. Pendapatan tinggi menunjukkan pedagang dengan modal lebih besar, operasi lebih profesional, dan pendapatan cukup tinggi.

Berdasarkan studi Limboto, pola perubahan pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi memperlihatkan bagaimana perbaikan fasilitas pasar dapat mendorong kategori pendapatan ke level yang lebih tinggi.

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan bimbingan atau pertolongan yang diberikan oleh orang dewasa kepada perkembangan anak untuk mencapai kedewasaannya dengan tujuan agar anak cukup cakap melaksanakan tugas hidupnya sendiri tidak dengan bantuan orang lain. Dengan adanya pendidikan diharapkan dapat menciptakan bibit unggul yang akan bersaing dan menguasai dibidangnya masing-masing. Pendidikan dapat menjadi jembatan untuk meraih kesuksesan. Menurut menteri Pendidikan yang termasuk kategori standar kesejahteraan dalam pendidikan adalah wajib belajar selama 9 tahun.

Kesejahteraan pedagang pasar tradisional merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan dan pengembangan ekonomi lokal. Kesejahteraan dalam konteks ini tidak hanya dipahami sebagai tingkat pendapatan semata, tetapi mencakup aspek yang lebih luas seperti stabilitas usaha, kemampuan memenuhi kebutuhan dasar, kondisi kerja yang layak, serta akses terhadap modal dan dukungan sosial. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk menjelaskan kesejahteraan pelaku usaha kecil, termasuk pedagang pasar, adalah pendekatan sustainable livelihood yang dikembangkan oleh Chambers dan Conway (1992). Pendekatan ini menekankan lima modal utama yang membentuk kesejahteraan berkelanjutan, yaitu modal manusia, modal fisik, modal keuangan, modal sosial, dan modal alam. Dalam konteks pedagang, modal-modal tersebut mencakup kemampuan berjualan secara berkelanjutan, memiliki tempat berdagang

yang layak, pendapatan stabil, hubungan sosial antar pedagang, serta akses terhadap bahan dagangan dari alam sekitar.

Sejalan dengan itu, Nasution (2019) dalam jurnal *Equilibrium* menjelaskan bahwa kesejahteraan pedagang pasar tradisional dipengaruhi oleh sejumlah faktor utama, di antaranya adalah pendapatan bulanan, akses terhadap modal usaha, lama berjualan, tingkat pendidikan, kemampuan mencukupi kebutuhan hidup dari hasil berdagang, rasa aman selama berdagang, dan kepuasan terhadap fasilitas pasar. Kementerian Perdagangan RI (2013) dalam panduannya tentang revitalisasi pasar tradisional juga menyebutkan bahwa kesejahteraan pedagang dapat ditingkatkan melalui perbaikan infrastruktur pasar, penguatan kelembagaan pengelola pasar, dan dukungan pemerintah terhadap stabilitas usaha kecil. Dalam praktiknya, indikator kesejahteraan pedagang dapat diukur melalui pendapatan rata-rata per bulan, kestabilan usaha, kemampuan mencukupi kebutuhan dasar, kepuasan terhadap kondisi pasar, hubungan sosial dengan sesama pedagang, serta akses terhadap pelatihan dan pemberdayaan usaha. Dengan indikator tersebut, kesejahteraan pedagang tidak hanya bisa dianalisis secara kuantitatif, tetapi juga dapat dipahami secara kualitatif melalui persepsi dan pengalaman mereka dalam menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari di pasar tradisional.

3. Kesehatan

Kesehatan merupakan salah satu dimensi utama dalam penilaian kesejahteraan masyarakat. Menurut World Health Organization (WHO, 1948), kesehatan tidak hanya diartikan sebagai ketiadaan penyakit, tetapi juga sebagai keadaan yang sejahtera secara fisik, mental, dan sosial. Oleh karena itu, untuk mengukur derajat

kesehatan masyarakat digunakan berbagai indikator kesehatan yang dapat menggambarkan kondisi tersebut secara kuantitatif maupun kualitatif.

Menurut Notoatmodjo (2012), indikator kesehatan merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan pembangunan kesehatan suatu wilayah. Indikator ini mencakup aspek mortalitas, morbiditas, status gizi, serta akses terhadap fasilitas pelayanan kesehatan.

Tujuan Indikator Kesehatan untuk Mengetahui sejauh mana masyarakat mencapai kondisi sehat, yang merupakan bagian penting dari kesejahteraan dan pembangunan manusia. Dalam teori Human Development Index (HDI) atau Indeks Pembangunan Manusia, kesehatan menjadi komponen utama, diukur melalui Angka Harapan Hidup (AHH) karena kesehatan memengaruhi produktivitas, pendidikan, dan kesejahteraan ekonomi.

4. Kepemilikan Rumah atau Fasilitas

Secara teoretis, kepemilikan rumah atau fasilitas merupakan salah satu indikator kesejahteraan material yang menunjukkan kemampuan ekonomi rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar tempat tinggal dan sarana hidup.

Menurut Teori Kebutuhan Dasar (Basic Needs Theory) yang dikemukakan oleh Paul Streeten (1979), salah satu kebutuhan dasar manusia selain pangan, sandang, dan pendidikan adalah perumahan yang layak huni. Rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai sarana perlindungan, privasi, dan simbol status sosial ekonomi. Menurut Streeten (1979), kepemilikan rumah termasuk dalam kategori kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk mencapai kesejahteraan. Rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlindung, tetapi juga mencerminkan stabilitas ekonomi dan sosial masyarakat. BPS (2023)

menggunakan kepemilikan rumah dan fasilitas dasar seperti listrik, air bersih, serta sanitasi layak sebagai indikator kesejahteraan material. Dengan demikian, semakin banyak rumah tangga yang memiliki rumah dan fasilitas memadai, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan masyarakat.

2.2.3.5. Aspek Pedagang

Menurut Yonna Ivan Falucky ada beberapa aspek dalam pedagang yang perlu diketahui diantaranya:

1) Takaran Timbangan

Menakar dalam berdagang haruslah menggunakan prinsip siddiq jujur dan benar. Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Nilai dasarnya adanya integritas dalam pribadi, selalu berkata benar, tidak berbohong, pemikiran jernih. Nilai bisnisnya ialah selalu berperilaku jujur, ikhlas, terjamin, keseimbangan emosi, berusaha dalam komoditi yang halal, tidak memperjualbelikan barang haram atau yang asal usul barang itu tidak jelas.

2) . Kualitas Barang/Produk

Kualitas Barang/Produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas barang atau produk merupakan hal yang sangat penting. Produk merupakan barang yang sangat utama. Sebagai seorang pedagang amanah dalam mendagangkan barang sangatlah penting karena hal tersebut menjadi tolak ukur dalam berdagang. Prinsip amanah dapat dipegang teguh pada setiap pedagang dimana barang yang diperdagangkan haruslah barang yang tidak cacat etis atau cacat moral karena apa yang sudah pedagang katakan tidak sesuai dengan kualitas barang yang dijual kepada para konsumen maka akan menurunkan kualitas dalam kepercayaan pembeli.

Adapun klasifikasi produk menurut Tjiptono klasifikasi produk bisa dilakukan atau berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya tidaknya, produk atau barang dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu baran dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu:

a) Barang Tidak Tahan Lama

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula, garam dan lain-lain.

b) Barang Tahan Lama

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, komputer dan lain-lain. Selain berdasarkan daya tahannya, produk pada umumnya juga diklasifikasikan berdasarkan siapa konsumennya dan untuk apa produk tersebut di konsumsi. Berdasarkan kriteria ini, produk dapat dibedakan menjadi

barang konsumen dan barang industri (industrial's goods). Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu:

1) Convenience Goods

Convenience Goods merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering bering), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha pada minuman (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya sabun, pasta gigi, baterai, makanan, minuman, majalah, surat kabar, payung, jas hujan dan lain-lain.

2) . Shopping Goods

Shopping Goods adalah barang-barang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas dan model masing-masing barang. Contohnya alat-alat rumah tangga (TV, mesin cuci, tape recorder), furniture (mebel), dan pakaian.

3) . Specially Goods

Specially Goods adalah barang-barang yang memiliki karakteristik dan identifikasi merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Contohnya adalah barang-barang mewah dengan merek dan model spesifik.

4) . Unsought Goods

Unsought Goods merupakan barang yang diketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Contohnya asuransi jiwa, batu nisan, tanah kuburan dan lain-lain.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk dan lain-lain.

3) Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dari sikapnya. Dalam pengertian ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain. Dengan demikian menjalin hubungan yang baik antara penjual dan pembeli juga merupakan unsur yang penting dimana terdapat keakraban akan mendorong adanya kualitas layanan terhadap pembeli.

4) Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkan, salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkan kepada pelanggan. Dengan demikian barang/produk yang telah disepakati antara penjual dan pembeli hendaknya tidak dijualkan kepada

orang lain hingga pembeli awal datang mengambil barangnya, hal tersebut menjadi cerminan sebagai penepatan janji antara penjual dan pembeli.

5) Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali-kali mengintrupsi pembicaraannya. Pelayanan yang baik akan membuat kualitas berdagang meningkat, dimana terdapat kenyamanan yang dirasakan pembeli sewaktu melakukan transaksi dengan pedagang.

6) Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.

Persaingan sesama pedagang tidak dapat dihindari. Perbedaan harga terhadap para pedagang sudah menjadi hal yang normal diantara para pedagang. Ada beberapa pedagang yang menjual barangnya lebih murah dari pedagang yang lain tersebut dilakukan sebagai strategi untuk menarik para pembeli.

2.2.4. Pengembangan Pasar

2.2.4.1. Definisi Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Borg dan Gall (dalam Setyosari, 2013:227) “pengembangan adalah suatu proses yang dipakai untuk mengembangkan dan memvalidasi suatu produk dimana proses pengembangan ini terdiri dari kajian tentang penemuan produk yang akan dikembangkan, mengembangkan produk berdasarkan penemuan-penemuan produk tersebut, melakukan uji coba lapangan sesuai latar dimana produk tersebut akan dipakai dan melakukan revisi terhadap hasil uji coba lapangan dan pengembangan dapat berupa proses, produk dan rancangan”.

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan berarti sebuah proses, cara, pembuatan mengembangkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat dimana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa ditawarkan untuk dijual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar Tradisional adalah 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, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar.

Bila dibatikan dari tingkah kenyamanan, pasar tradisional selama ini cenderung kumuh dengan lokasi yang tidak tertata rapi. Pembeli dipasar tradisional yang biasanya ibu-ibu mempunyai perilaku yang senang berinteraksi dengan

berkomunikasi/berdialog dalam hal penetapan harga, mencari kualitas barang, memesan barang yang diinginkan, dan perkembangan harga-harga lainnya. Barang yang dijual dipasar tradisional umumnya barang-barang lokal dan ditinjau dari segi kualitas dan kuantitas, barang yang dijual dipasar tradisional dapat terjadi tanpa melalui penyortiran yang kurang ketat. Aspek kuantitas, jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak sehingga apabila ada barang yang dicari tidak ditemukan di satu kios tertentu, maka dapat dicari dikios lain. Kendala yang dihadapi pada pasar tradisional diantaranya mengalami kesulitan dalam memenuhi kontinuitas barang, menjaga kualitas barang, lemah dalam penguasaan teknologi dan manajemen sehingga melemahkan daya saing.

Sebagian konsumen pasar tradisional adalah masyarakat kelas menengah kebawah yang memiliki karakteristik sangat sensitif terhadap harga. Ketika faktor harga rendah yang sebelumnya menjadi keunggulan pasar tradisional mampu diruntuhkan oleh pasar modern, secara relatif pasar tidak ada alasan konsumen dari kalangan menengah kebawah untuk tidak turut berbelanja kepasar modern dan meninggalkan pasar tradisional. Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok yang dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan.

French menyatakan bahwa pengembangan pasar berhubungan dengan usaha jangka panjang untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam memecahkan masalah dan kemampuannya untuk menanggulangi perubahan dalam

lingkungan ekstern dan intern. Margulies dan Raia menekankan bahwa pengembangan organisasi adalah proses penilaian sendiri (*self assesment*) dan perubahan berencana berdasarkan sistem nilai (*value based*), yang mencakup strategi dan teknologi spesifik, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan. Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi pasar. Dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan, dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk membedakan diri dari ketergantungan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.

Pasar adalah sebuah mekanisme yang melahirkan para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan tempat dimana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa. Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan organisasi, sekumpulan orang yang melakukan interaksi jual beli disebut organisasi pasar.

Dalam hal ini peran revitalisasi dalam pengembangan pasar tradisional tentang peraturan, pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan pasar milik pemerintah daerah serta untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada pedagang yang memanfaatkan fasilitas pasar sebagai tempat menjalankan usahanya agar terselenggaranya proses jual beli yang aman dan nyaman.

Mengkaji definisi-definisi di atas maka bisa disimpulkan yang menjadi inti dari definisi-definisi itu yang meliputi perubahan terencana terhadap pasar tradisional dari segi sistem nilai, peningkatan efektivitas pasar tradisional, dan intervensi pemerintah dari kebijakan revitalisasi sebagai bentuk dari pengembangan pasar tradisional.

2.2.4.2. Upaya Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan pasar tradisional merupakan upaya strategis untuk meningkatkan peran pasar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan teori Local Economic Development (LED) dari Blakely & Leigh (2010), langkah-langkah pengembangan pasar dimulai dari pemetaan potensi lokal, peningkatan kapasitas pelaku ekonomi (pedagang), pembangunan infrastruktur fisik, hingga kolaborasi antar pelaku seperti pemerintah desa, pengelola pasar, dan lembaga keuangan mikro. Teori ini mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan pengembangan agar keberlanjutan pasar dapat terjamin. Sejalan dengan itu, Permendag No. 61 Tahun 2013 tentang revitalisasi pasar tradisional menekankan perlunya pembenahan infrastruktur, penataan zonasi pedagang, peningkatan layanan kebersihan dan keamanan, serta penguatan kelembagaan pengelola pasar.

Sejumlah penelitian mendukung langkah-langkah tersebut. Pratiwi dan Kartika (2019), dalam studi mereka di Pasar Poh Gading, Bali, menunjukkan bahwa program revitalisasi pasar mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan dan berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang. Hasil serupa ditemukan oleh Silviyanti dan Darsana (2021) di Pasar Kerta Waringin Sari, di mana revitalisasi yang dilakukan pemerintah desa meningkatkan tata kelola pasar dan kenyamanan

lingkungan, sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi pedagang. Selain itu, penelitian oleh Permatasari dan Setiawina (2024) menegaskan bahwa revitalisasi fisik pasar, seperti perbaikan bangunan dan penambahan fasilitas sanitasi, berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan pembeli serta pendapatan bulanan pedagang. Aspek pemberdayaan juga tidak kalah penting. Dalam pendekatan Community Empowerment Theory oleh Ife dan Tesoriero (2006), pengembangan pasar tradisional idealnya dilakukan dengan melibatkan komunitas secara partisipatif agar tercipta rasa memiliki dan keberlanjutan sosial. Arum dkk. (2021) mengembangkan konsep "Sekolah Pasar" sebagai upaya revitalisasi berbasis pendidikan keterampilan bagi pedagang, dengan tujuan meningkatkan literasi ekonomi, manajemen usaha, dan daya saing lokal. Sementara itu, pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagaimana digunakan dalam berbagai kajian, juga banyak dimanfaatkan untuk menyusun strategi pengembangan pasar yang lebih kontekstual berdasarkan kondisi riil di lapangan.

Dengan demikian, pengembangan pasar tradisional sebaiknya tidak hanya fokus pada aspek fisik, tetapi juga memperhatikan aspek manajerial, sosial, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Teori-teori dan hasil penelitian tersebut dapat dijadikan acuan dalam menyusun program pengembangan pasar tradisional yang efektif, partisipatif, dan berkelanjutan, khususnya dalam konteks desa seperti Pasar Tradisional Kosali.

2.2.4.3. Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan

dan Toko Modern serta Peraturan Presiden Republik Indonesia No 112 Tahun 2007. definisi pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya, sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang di bangun 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, maupun 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 tawar-menawar.

Syarat-syarat pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional adalah:

- a. Aksesibilitas, yaitu kemungkinan pencapaian ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan, transportasi dan pengaturan lalu lintas.
- b. Kompatibilitas, yaitu kerasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya.
- c. Fleksibilitas, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.

2.2.4.4. Faktor-Faktor Pengembangan Pasar Tradisional

Suatu organisasi apapun sebagai bagian masyarakat, harus peka terhadap lingkungan tersebut. Ada dua faktor yang menuntut adanya pengembangan organisasi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Tujuan dari analisis lingkungan strategis menurut Tangkilisan adalah untuk mengetahui pengaruh-pengaruh serta

pemilihan strategi apa yang sesuai dengan tantangan yang datangnya dari lingkungan.

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada trend dan kejadian yang berada diluar kendali perusahaan. Analisis eksternal mengungkapkan peluang dari ancaman utama yang dihadapi perusahaan sehingga manajer dapat memformulasi strategis untuk mengambil keuntungan dari peluang dan menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman. Lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada diluar organisasi. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian yaitu lingkungan kerja dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja terdiri dari elemen-elemen atau kelompok yang secara langsung berpengaruh atau dipengaruhi oleh operasi-operasi utama organisasi.

2. Lingkungan Internal

Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Analisis lingkungan internal berupaya mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan/organisasi. Lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam organisasi. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan. Variabel itu meliputi:

- 1) Struktur adalah cara bagaimana perusahaan diorganisasikan yang berkenaan dengan komunikasi, wewenang dan arus kerja.
- 2) Budaya adalah pola keyakinan, pengharapan dan nilai-nilai yang diberikan oleh anggota organisasi.

3) Sumber daya adalah aset yang merupakan bahan baku bagi produksi barang dan jasa organisasi meliputi keahlian orang, kemampuan dan bakat manajerial.

Lingkungan internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada didalam organisasi dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari berbagai sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya sistem dan prosedur, serta sikap karyawan. Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

2.2.4.5. Indikator Pengembangan Pasar Tradisional

Sementara itu, untuk menilai upaya pengembangan Pasar Tradisional Kosali, indikatornya dapat dirumuskan berdasarkan model revitalisasi pasar tradisional yang diatur dalam Permendag No. 61 Tahun 2013 dan diperkuat oleh teori Local Economic Development (Blakely & Leigh, 2010). Indikator tersebut mencakup upaya perbaikan infrastruktur fisik pasar seperti bangunan kios, saluran drainase, sanitasi, dan tempat parkir. Selain itu, ketersediaan sarana penunjang seperti pencahayaan, air bersih, dan tempat sampah juga menjadi ukuran penting dalam menilai kualitas pasar. Penguatan kelembagaan juga menjadi indikator kunci, yakni sejauh mana pasar memiliki struktur organisasi yang jelas, seperti kepala pasar, petugas kebersihan, dan keamanan. Penataan zonasi dagang yang rapi, kegiatan promosi untuk meningkatkan daya tarik pasar, serta pelatihan dan pemberdayaan pedagang melalui koperasi atau program pemerintah desa juga menjadi bagian dari indikator pengembangan. Terakhir, indikator partisipasi

masyarakat dan dukungan dari pemerintah desa turut menunjukkan tingkat keberhasilan pengembangan pasar, di mana semakin besar keterlibatan semua pihak, maka semakin tinggi pula potensi pasar untuk menjadi pusat ekonomi desa yang maju dan berkelanjutan.

2.2.4.5. Teori Pengembangan Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi rakyat, terutama di wilayah pedesaan. Sebagai pusat interaksi ekonomi dan sosial, pasar tradisional berfungsi tidak hanya sebagai tempat transaksi barang, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan masyarakat kecil dan pelaku usaha mikro. Oleh karena itu, pengembangan pasar tradisional harus dilakukan secara terarah, sistematis, dan berkelanjutan dengan melibatkan berbagai pihak.

Secara teoritis, pengembangan pasar tradisional dapat dijelaskan melalui pendekatan Local Economic Development (LED) atau Pembangunan Ekonomi Lokal. Menurut Blakely dan Leigh (2010), LED merupakan suatu proses pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal yang bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan. Dalam konteks pasar tradisional, pendekatan LED menekankan pentingnya revitalisasi pasar melalui pemberdayaan pedagang, perbaikan infrastruktur fisik, dukungan kelembagaan, serta keterlibatan aktif pemerintah daerah dan komunitas lokal dalam proses perencanaan dan pengelolaan pasar.

Sementara itu, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 61/M-DAG/PER/9/2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko

Modern sebagai acuan pengembangan pasar tradisional secara nasional. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa strategi pengembangan pasar meliputi tiga aspek utama, yaitu: (1) Revitalisasi fisik, berupa pembangunan atau perbaikan sarana dan prasarana pasar seperti bangunan, lantai, drainase, sanitasi, serta fasilitas pendukung lainnya; (2) Revitalisasi manajerial, yang mencakup peningkatan tata kelola pasar, transparansi, profesionalisme, dan kemandirian pengelola pasar; dan (3) Revitalisasi sosial dan ekonomi, melalui pelatihan kewirausahaan, akses permodalan, pemberdayaan pedagang, dan penguatan kelembagaan seperti koperasi atau BUMDes.

Selain pendekatan LED dan kebijakan pemerintah, pengembangan pasar tradisional juga dapat dianalisis melalui teori Community Empowerment atau Pemberdayaan Komunitas. Ife dan Tesoriero (2006) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengelola sumber daya yang mereka miliki, serta berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks pasar, pemberdayaan komunitas berarti memberikan ruang partisipasi kepada pedagang dalam perencanaan dan pengelolaan pasar, termasuk dalam hal zonasi dagang, pengelolaan keuangan, hingga kebijakan retribusi dan keamanan pasar. Melalui pendekatan ini, pengembangan pasar tidak hanya dilihat sebagai proyek pembangunan fisik, tetapi sebagai proses transformasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, teori pengembangan pasar tradisional secara khusus menggabungkan aspek ekonomi, sosial, kelembagaan, dan partisipatif. Pendekatan LED memberikan kerangka strategis pembangunan ekonomi lokal, peraturan

pemerintah menjadi dasar legal pelaksanaan revitalisasi pasar, dan teori pemberdayaan komunitas memastikan bahwa proses pengembangan bersifat inklusif dan berorientasi jangka panjang. Ketiga pendekatan ini dapat dijadikan dasar dalam menganalisis dan merumuskan upaya pengembangan Pasar Tradisional Kosali di Desa Lalume, Kecamatan Pakue, Kabupaten Kolaka Utara, agar dapat lebih optimal dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat perekonomian desa.

2.2.5. Konsep Pasar dalam Ekonomi Islam

2.2.5.1. Definisi Pasar dalam Ekonomi Islam

Pasar (*sūq*) dalam Islam merupakan lembaga ekonomi yang berperan penting sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat secara adil, halal, dan beretika. Pasar bukan hanya sarana transaksi ekonomi, tetapi juga wahana pendidikan moral, sosial, dan spiritual (Mannan, 1992). Rasulullah ﷺ telah mencontohkan pendirian pasar Madinah yang beroperasi berdasarkan prinsip kejujuran dan keadilan, bebas dari praktik riba dan monopoli.

Dalam perdagangan dilakukannya penawaran-penawaran produk untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perdagangan dalam islam adalah salah satu bentuk pencarian karunia dari Allah yang tujuannya untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi pelakunya, serta keutamaan dan mulianya profesi berniaga Allah SWT berfirman

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya:“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (QS. Al-Baqarah: 275)

Ayat ini menegaskan bahwa perdagangan (jual beli) adalah kegiatan ekonomi yang dihalalkan dan diberkahi Allah apabila dilakukan dengan cara yang benar. Hal ini menjadi dasar penting bagi aktivitas ekonomi rakyat, termasuk pedagang di pasar tradisional, untuk mencari rezeki dengan cara yang halal.

Sebagai Firman Allah, QS. 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

“Wahai 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”. (QS. An-Nisa/4:29)

Seperti pada surat Al-Baqarah ayat 198:

يَسْ عَلَيَكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ. فَإِذَا أَقْضَيْتُمْ مِنْ عَرَاقَاتٍ فَادُّكُّرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَادُّكُّرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masy’aril Haram, dan ingatlah Dia sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu, dan sesungguhnya kamu sebelumnya benar-benar termasuk orang-orang yang sesat”. (Q.S Albaqarah : 198)

Ayat tersebut memberikan perasaan kepada orang yang melakukannya bahwa ia sedang mencari karunia Allah ketika ia berdagang. Ketika bekerja, mencari upah, dan ketika mencari sebabsebab rezeki. Karna ia tidak memberi rezeki

kepada dirinya dengan pekerjaannya. Tetapi, ia hanya mencari karunia dari Allah, lalu Allah memberinya. Oleh karena itu, patutlah baginya untuk tidak melupakan hakikat ini, yaitu bahwa ia mencari karunia Allah. Ia akan mendapatkan karunia ini ketika ia berusaha dan bekerja dan memperoleh rezeki-Nya melalui sebab yang dilakukannya untuk mendapatkan rezeki, maka ia juga sedang berada dalam suasana ibadah kepada Allah.

Dari berbagai sumber, mekanisme dalam Islam meliputi aspek teologis sampai sosiologis. Oleh karena itu, mekanisme dalam pasar dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan harga sangat dipengaruhi penawaran dan permintaan pasar.
- b. Transaksi yang terjadi antar pedagang dan pembeli Adalah transaksi yang dilandasi oleh faktor suka sama suka.
- c. Disuatu pasar yang adil, tidak boleh ada intervensi dari pihak manapun.
- d. Pedagang boleh mengambil keuntungan baik itu imbalan atas usaha dan resiko, dengan syarat laba tidak berlebihan.
- e. Jangan sampai motivasi untuk mengambil keuntungan menjadi penghalang berbuat kebaikan terlebih untuk berbuat dzalim.
- f. Tidak boleh ada Riba dan gharar (tambahan dan ketidakpastian).
- g. Permintaan Islam mencakup hal berikut:
 1. Permintaan hanya untuk barang-barang halal thoyyiban.
 2. Tidak ada permintaan barang untuk tujuan kemewahan dan kemubaziran.
 3. Permintaan untuk masyarakat miskin meningkat karena kewajiban zakat, anjuran infaq dan sedekah.

h. Penawaran Islam mencakup hal berikut:

1. Hanya barang-barang halal dan baik yang di produksi.
2. Produksi di prioritaskan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.
3. Keputusan ekonomi tidak hanya mempertimbangkan cost-benefit di dunia tapi juga di akhirat.
4. Perlindungan terhadap manusia, sumberdaya alam, dan lingkungan.

Dalam Islam, ketidaksempurnaan di atas diakui dan di tambahkan dengan beberapa faktor lain penyebab distorsi pasar di antaranya: 1) Rekayasa permintaan dan penawaran. 2) Ba'i najasy : produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga yang tinggi, sehingga orang akan terpengaruh. 3) Ihtikar : mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak beredar di pasar supaya harganya naik. 4) Tadlis (penipuan), baik kuantitas, kualitas, harga , ataupun waktu penyerahan. 5) Ghaban faa-hisy : menjual di atas harga pasar. 6) Tallaqi rukban : pedagang membeli barang penjual sebelum masuk ke pasar.

Pasar yang berlandaskan syariah berfungsi menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat serta menjamin terwujudnya keadilan dan keberkahan sosial (Chapra, 2000). Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha 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 definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (apriory judgement) benar atau salah tetap harus diterima.

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup Islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang di bingkai syariah. Menurut Muhammad Abdul Manan ilmu Ekonomi Islam “Islamic Economics Is A Social Science Which Studies The Economics Problems Of A People Imbued With The Values Of Islam”. Jadi menurut Manan ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Menurut M. Umer Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkeseimbangan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan. Dari beberapa definisi ekonomi di atas yang relatif dapat secara lengkap menjelaskan dan mencangkup kriteria dari definisi yang komprehensif adalah yang di rumuskan oleh hasanuzzaman yaitu, “ suatu pengetahuan dan aplikasi dari perintah dan peraturan dalam syariah yaitu untuk menghindari ketidakadilan dalam perolehan dan pembagian sumber daya material agar memberikan kepuasan manusia, sehingga

memungkinkan manusia melaksanakan tanggung jawabnya kepada Tuhan dan masyarakat”. Hal penting dari definisi tersebut adalah istilah “perolehan“ dan “pembagian” dimana aktifitas ekonomi ini harus dilaksanakan dengan menghindari ketidakadilan dalam perolehan dan pembagian sumber sumber ekonomi. Prinsip-prinsip dasar yang digunakan untuk menghindari ketidakadilan tersebut adalah syariah yang didalamnya terkandung perintah dan peraturan tentang boleh tidaknya suatu kegiatan. Pengertian “memberikan kepuasan terhadap manusia” merupakan suatu sasaran ekonomi yang ingin di capai. Sedangkan pengertian “memungkinkan manusia melaksanakan tanggung jawabnya terhadap Tuhan dan masyarakat” diartikan bahwa tanggung jawab tidak hanya terbatas pada aspek sosial ekonomi saja tapi juga menyangkut peran pemerintah dalam mengatur dan mengelola aktifitas ekonomi termasuk zakat dan pajak. Namun perlu di tegaskan disini perbedaan pengertian antara ilmu ekonomi Islam dengan sistem ekonomi Islam. Ilmu ekonomi Islam merupakan suatu kajian yang senantiasa memperhatikan rambu-rambu metodologi ilmiah. Sehingga dalam proses perkembangannya senantiasa mengkomodasikan berbagai aspek dan variabel dalam analisis ekonomi. Ilmu ekonomi Islam dalam batas-batas metodologi ilmiah tidak berbeda dengan ilmu ekonomi pada umumnya. Namun berbeda halnya dengan sistem ekonomi Islam yang merupakan bagian dari kehidupan seorang muslim. Sistem ekonomi Islam merupakan suatu keharusan dalam kehidupan seorang muslim dalam upaya untuk mengimplementasikan ajaran Islam dalam aktifitas ekonomi. Sistem ekonomi Islam merupakan salah satu aspek dalam sistem nilai Islam yang integral dan komprehensif. Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupa untuk

memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami. Ekonomi Islam memiliki tujuan memberikan keselarasan bagi kehidupan didunia. Hal ini karena nilai Islam tidak hanya untuk kehidupan muslim, tetapi untuk keseluruhan makhluk hidup dimuka bumi. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam untuk mencapai pada tujuan agama. Ekonomi Islam menjadi rahmat bagi seluruh alam yang tidak terbatas pada ekonomi, sosial, budaya, dan politik dari bangsa.

2.2.5.2. Tujuan dan Fungsi Pasar dalam Islam

Pasar dalam ekonomi Islam memiliki tujuan utama untuk mewujudkan kesejahteraan (falāh) dan kemaslahatan umum (masalah ‘ammah) melalui aktivitas ekonomi yang halal, etis, dan adil (Qardhawi, 1995). Saeed (1996) menyebutkan fungsi pasar meliputi:

1. Menyalurkan barang dan jasa sesuai kebutuhan masyarakat secara efisien dan halal;
2. Menjadi instrumen distribusi kekayaan agar tidak terpusat pada segelintir orang;
3. Menegakkan etika bisnis Islami seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial;
4. Menjadi sarana dakwah dan pembentukan moral ekonomi umat.

Dengan demikian, pasar bukan sekadar institusi ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi sosial, moral, dan spiritual.

2.2.5.3. Indikator/Prinsip Ekonomi Islam dalam Aktivitas Pasar

Untuk menilai apakah suatu aktivitas perdagangan telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, digunakan beberapa indikator utama berikut ini:

1) Kehalalan Barang dan Proses (Halal & Thayyib)

Setiap barang atau jasa yang diperjualbelikan harus halal secara zat dan prosesnya, serta memberikan manfaat (thayyib) bagi manusia.

Indikatornya meliputi:

- a. Tidak menjual barang yang diharamkan (seperti alkohol, babi, riba, dan judi).
- b. Tidak menjual barang yang merusak moral atau kesehatan.
- c. Proses produksi, distribusi, dan transaksi dilakukan sesuai syariat Islam.

❖ *Dalil:*

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi.” (QS. Al-Baqarah: 168)

2) Kejujuran dan Amanah (Sidq & Amanah)

Pedagang Muslim wajib berlaku jujur dalam takaran, kualitas, dan harga barang serta amanah terhadap kepercayaan pembeli.

Indikatornya:

- a. Tidak menipu atau mengurangi timbangan.
- b. Tidak menyembunyikan cacat barang.
- c. Menepati janji dan tidak mengingkari kesepakatan.

❖ *Hadis:*

Rasulullah ﷺ bersabda: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi)

3) Keadilan dalam Harga dan Transaksi ('Adl)

Dalam Islam, keadilan merupakan pilar utama ekonomi. Seorang pedagang wajib menentukan harga secara wajar dan tidak menzalimi pembeli.

Indikatornya:

- a. Menetapkan harga berdasarkan kondisi pasar yang adil.
- b. Tidak melakukan penimbunan (*ihtikār*) untuk menaikkan harga.
- c. Tidak mengeksploitasi kelemahan pembeli.

❖ *Dalil:*

“Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.” (QS. Al-An‘am: 152)

4) Kerelaan dan Transparansi (Tarāḍin)

Islam mengatur agar setiap transaksi dilakukan atas dasar kerelaan dan keterbukaan informasi antara penjual dan pembeli.

Indikatornya:

- a. Adanya ijab dan qabul yang jelas.
- b. Tidak ada unsur paksaan dalam transaksi.
- c. Semua informasi tentang barang, harga, dan kondisi disampaikan dengan jujur.

❖ *Dalil:*

“Wahai 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.” (QS. An-Nisā’: 29)

5) Bebas dari Unsur Haram: Riba, Gharar, dan Maysir

Transaksi yang dilakukan harus bebas dari unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi/spekulasi).

Indikatornya:

1. Tidak menggunakan sistem bunga atau pinjaman berbasis riba.
2. Tidak menjual barang yang tidak jelas kualitas atau keberadaannya.
3. Tidak melakukan perjudian atau transaksi spekulatif yang merugikan pihak lain.

❖ *Dalil:*

“Setiap pinjaman yang mendatangkan manfaat adalah riba.” (HR. Baihaqi)

- 6) Tanggung Jawab Sosial dan Keberkahan (Maslahah & Falāh)

Islam menekankan bahwa perdagangan harus berdampak positif bagi masyarakat dan menjadi sarana untuk mendapatkan keberkahan.

Indikatornya:

1. Menunaikan zakat, infak, dan sedekah dari hasil perdagangan.
2. Menjaga lingkungan dan keseimbangan sosial.
3. Menolong sesama pedagang dan pembeli yang membutuhkan.
4. Menjadikan aktivitas perdagangan sebagai ibadah yang diridhai Allah.

❖ *Dalil:*

“Sesungguhnya Allah mencintai orang yang bekerja dan berusaha dengan sungguh-sungguh.” (HR. Baihaqi)

Penerapan prinsip-prinsip ini menjadikan pasar sebagai ruang ekonomi yang adil, produktif, dan bernilai ibadah. Indikator berdagang dalam ekonomi Islam mencerminkan bahwa perdagangan bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga wujud ibadah dan moralitas sosial. Pedagang yang memegang nilai-nilai syariah

seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial akan memperoleh keuntungan duniawi dan ukhrawi, serta berperan dalam membangun sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkeberkahan.

2.2.5.5. Peran Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, pasar tradisional memiliki peran penting sebagai tempat terwujudnya keadilan dan kesejahteraan ekonomi umat. Pasar tradisional memungkinkan terjadinya transaksi langsung antara penjual dan pembeli secara jujur, terbuka, dan sesuai prinsip syariah, yaitu bebas dari riba, penipuan, dan penimbunan. Selain menjadi sarana distribusi barang halal dan thayyib, pasar juga berfungsi memberdayakan ekonomi rakyat kecil serta menumbuhkan etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, dan keadilan. Dengan demikian, pasar tradisional mencerminkan nilai-nilai Islam dalam mewujudkan ekonomi yang adil, berkeadaban, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Dalam pandangan Islam pasar merupakan wahana atau tempat transaksi ekonomi ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang cukup memadai pencapaian tujuan ekonomi yang Islami. Secara teoritik maupun praktikal pasar memiliki beberapa kelemahan, misalnya mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selarasnya antara prioritas individu dengan sosial antara berbagai kebutuhan, adanya kegagalan pasar, ketidaksempurnaan persaingan, dan lain-lain. Islam sangat menghargai perniagaan yang halal dan baik.

Dalam ekonomi Islam, pasar (as-sūq) adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang dan jasa secara suka sama suka (an tarāḍin minkum) dengan cara yang adil, jujur, dan halal.

Antonio (2001) dan Mannan (1992) menjelaskan bahwa pasar dalam Islam memiliki beberapa peran utama, yaitu:

1. Peran Ekonomi

Pasar berfungsi sebagai sarana distribusi kekayaan secara adil dan efisien. Islam mengajarkan agar kekayaan tidak hanya beredar di kalangan orang kaya saja (QS. Al-Hasyr: 7). Pasar Islami membantu menekan kesenjangan sosial dan memberdayakan ekonomi masyarakat kecil.

2. Peran Sosial

Pasar menjadi ruang interaksi sosial yang memperkuat ukhuwah dan solidaritas antar pedagang melalui interaksi yang jujur dan saling menguntungkan (QS. Al-Māidah: 2).

3. Peran Moral

Pasar menjadi arena pembentukan akhlak ekonomi Islam, di mana kejujuran, amanah, dan keadilan diterapkan dalam praktik perdagangan. Rasulullah ﷺ bersabda:

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi)

4. Peran Spiritual

Aktivitas perdagangan yang halal dan jujur bernilai ibadah dan mendatangkan keberkahan (barakah). Pasar Islami tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga kebahagiaan akhirat (falāh).

2.2.5.6. Relevansi dengan Pasar Tradisional Kosali

Pasar Kosali sebagai pasar tradisional memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian masyarakat lokal. Secara ekonomi, pasar ini menjadi

pusat perputaran ekonomi halal, menyediakan kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau, serta mendukung pedagang kecil. Secara sosial, pasar ini menumbuhkan hubungan kekeluargaan dan gotong royong antar pedagang serta pembeli. Dari sisi moral dan spiritual, pasar ini mendorong pedagang untuk bersikap jujur, amanah, dan menjauhi praktik curang serta menjadi wadah ibadah ekonomi melalui perdagangan halal dan pengelolaan zakat.

2.3. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui masalah yang dibahas, maka perlu adanya kerangka pikir yang merupakan landasan dalam meneliti suatu masalah, untuk menemukan kebenaran dari suatu penelitian. Kerangka pemikiran peneliti merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang didapatkan dari fakta-fakta, observasi dan kajian pustaka atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul “Peran Pasar Tradisional Kosali dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Sayur, Campuran dan Pecah Belah (Studi di Desa Lalume, Kec. Pakue, Kab. Kolaka Utara). Pasar tradisional kosali merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di kecamatan pakue. Pasar merupakan tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli yang dimana orang yang berprofesi sebagai penjual/pedagang yang menjadikan pasar sebagai tempat mata pencaharian mereka dimana yang dimaksud pasar tersebut yaitu pasar tradisional kosali yang berada di desa lalume kec. Pakue. Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan peran pasar tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang serta bagaimana upaya pengembangan pasar tradisional kosali.

Keberadaan pasar tradisional Kosali merupakan salah satu menunjang penghasilan bagi para pedagang yang berjualan dipasar tersebut. Sebagian masyarakat di desa ini mencari nafkah melalui pasar kosali ini, dari pasar ini peneliti ingin melihat seberapa besar peran pasar tradisional ini dalam mensejahterakan pedagang.

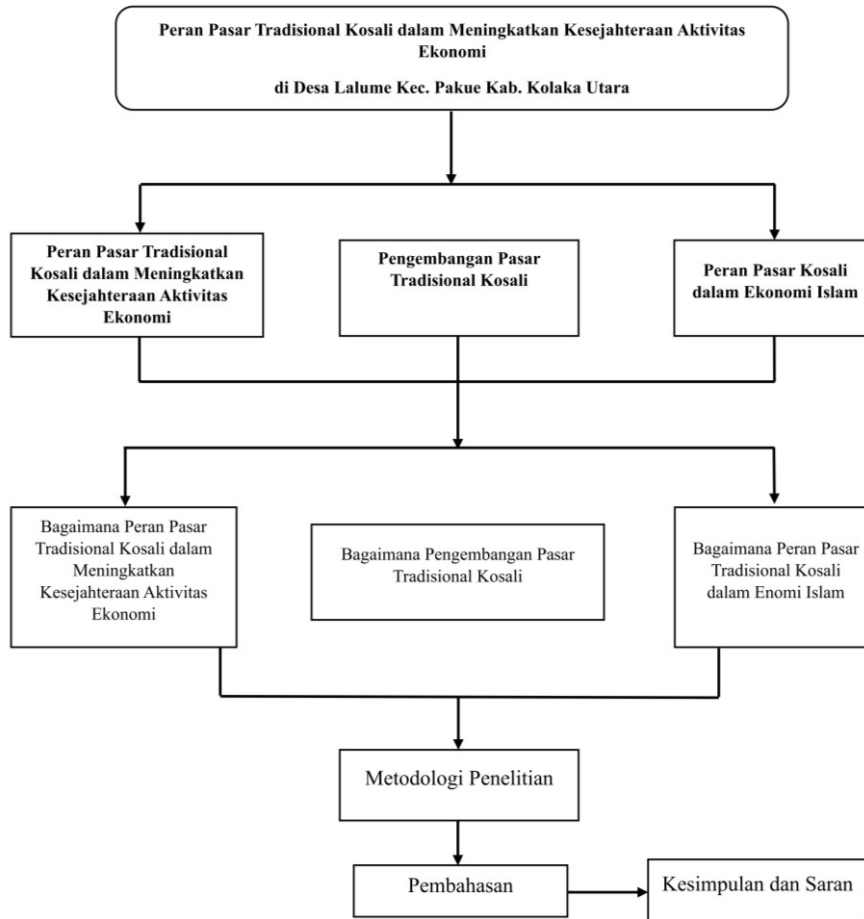
Secara ekonomi, pasar bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat maupun secara financial menguntungkan bagi semua pelaku didalamnya, baik penjual, pembeli, maupun pelaku pendukung.

Penelitian ini penting bagi masyarakat karena memberikan pemahaman terkhusus bagi para pedagang/penjual tentang bagaimana peran pasar dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang serta pengembangan pasar kosali. Dengan pemahaman tersebut, kita dapat merancang strategi dan kebijakan yang lebih tepat untuk mendukung kelancaran aktivitas jual beli di pasar kosali. Dengan demikian, penelitian ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan para pedagang/penjual dan kelancaran aktivitas transaksi jual beli yang ada di setiap pasar tradisional secara keseluruhan.

Untuk memperjelas konsep penelitian ini akan digambarkan dalam bentuk skema sebagai berikut:

Gambar 1

Kerangka pikir



Sumber: diolah oleh penulis.