

**ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG SEBELUM DAN SESUDAH RENOVASI  
PASAR TRADISIONAL DI DESA LAKAWALI KECAMATAN MALILI  
KABUPATEN LUWU TIMUR**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
pada program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut  
Agama Islam Negeri ( IAIN) Palopo

Oleh

**Tuma Yana**  
NIM 15.0401.0111

**Dibimbing Oleh:**

- 1. Dr. Mahadin Shaleh, M.,Si.**
- 2. Hendra Safri, S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO  
2019**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Renovasi Pasar Tradisional Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur**” yang ditulis oleh **Tuma Yana**, dengan NIM **15.04.01.0111** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunqasyahkan* pada hari Rabu, **30 Januari 2019 M** bertepatan dengan **24 Jumadil Awal 1440 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

**Palopo, 30 Januari 2019 M**  
**24 Jumadil Awal 1440 H**

### TIM PENGUJI

- |                                   |                   |           |
|-----------------------------------|-------------------|-----------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.         | Ketua Sidang      | ( ..... ) |
| 2. Dr. Takdir, S.H., M.H.         | Sekretaris Sidang | ( ..... ) |
| 3. Dr. Rahmawati, M.Ag.           | Penguji I         | ( ..... ) |
| 4. Hamdani Thaha, S. Ag., M. Pd.I | Penguji II        | ( ..... ) |
| 5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.      | Pembimbing I      | ( ..... ) |
| 6. Hendra Safri, S.E., M.M.       | Pembimbing II     | ( ..... ) |

IAIN PALOPO  
**Mengetahui**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi Ekonomi  
Syariah

**Dr. Hj. Ramlah M, M.M.**  
NIP. 19610208 1999403 2 001

**Ilham, S.Ag., M.A.**  
NIP. 198731011 200312 1 003

## ABSTRAK

**Tuma Yana, 2018.**”*Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Renovasi Pasar Tradisional Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur*”. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (Pembimbing I Dr. Mahadin shaleh, M., Si dan Pembimbing II Hendra Safri, S.E., M.M.)

**Kata Kunci: Pendapatan, pedagang, renovasi pasar tradisional.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Program renovasi pasar tradisional yang digagas dengan maksud dapat menjawab semua permasalahan yang melekat pada pasar tradisional. Dengan adanya program renovasi pasar apakah hal tersebut berdampak terhadap pendapatan pedagang dimana pada umumnya konsumen lebih tertarik dengan pasar yang memiliki tata letak yang strategis dan tingkat bangunan yang memadai dan tersusun rapi. Dengan adanya renovasi pasar tradisional Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional Lakawali? 2. Faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional Lakawali?. Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional Lakawali. 2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pendapatan pedagang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur. Adapun subjek dari penelitian ini yaitu pedagang pakaian, pedagang sayur, pedagang pecah belah, pedagang ikan, pedagang barang campuran, dan pedagang bahan pokok makanan. teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan pengolahan data dan analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah adanya renovasi pasar tradisional Lakawali pendapatan pedagang meningkat . sebelum renovasi rata-rata pendapatan pedagang pakaian sebesar Rp 1.200.000, setelah renovasi pasar pendapatan pedagang meningkat sebesar Rp 2.000.000. rata-rata pendapatan pedagang sayur Rp 600.000, setelah renovasi meningkat Rp 1.000.000. pendapatan pecah belah Rp 1.200.000 setelah renovasi rata-rata pendapatan mencapai Rp 2.000.000 . pendapatan pedagang ikan rata-rata Rp 1.300.000, setelah renovasi mengalami peningkatan sebesar Rp 2.500.000. pendapatan pedagang bahan pokok sebesar Rp 900.000, Setelah renovasi pendapatan mengalami peningkatan sebesar Rp 2.000.000. pendapatan pedagang campuran sebelum direnovasi yaitu Rp 1.000.000 setelah renovasi mencapai Rp 3.500.000.

Pendapatan pasar tradisional Lakawali setelah adanya renovasi pasar tradisional mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena jumlah konsumen semakin meningkat dan fasilitas pasar tradisional yang memadai sehingga konsumen nyaman dalam berbelanja.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>NOTADINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Defenisi Oprasional Variabel .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b> .....	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
B. Tinjauan Pustaka .....	11
C. Kerangka Fikir.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis penelitian .....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
C. Subjek Penelitian.....	43
D. Sumber data.....	43

E. Teknik pengumpulan data .....	44
F. Teknik analisis data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Hasil Penelitian .....	48
B. Pembahasan.....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Pasar Tradisional Lakawali .....	52
Tabel 1.2 Pendapatan Pedagang Sebelum Renovasi Pasar Tradisional .....	54
Tabel 1.3 Pendapatan Pedagang Setelah Renovasi Pasar Tradisional.....	59

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### ***A. Latar Belakang Masalah***

Pasar merupakan salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dalam kehidupan sehari-hari. Pasar tradisional dapat dikatakan sebagai pasar yang komplit dan variatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan sandangnya berupa pakaian, dan kebutuhan pangannya seperti sembako, sayur, buah, serta kebutuhan lainnya seperti perlengkapan rumah tangga, mainan anak, dan lain sebagainya.

Pasar tradisional merupakan sebuah ekosistem kecil dari tatanan masyarakat. Pasar tradisional hadir karena adanya interaksi dari masyarakat dan kesepakatan bersama yang disepakati oleh masyarakat setempat. Dengan adanya interaksi sosial tanpa disadari pasar terbentuk dengan sendirinya.

Umumnya pasar tradisional identik dengan hal atau kondisi yang tidak baik seperti kumuh, kotor, pengap, dan bau sehingga memberikan nilai yang membuat para konsumen tidak nyaman dalam berbelanja. Sebaliknya, dapat dilihat secara langsung bahwa pusat perbelanjaan yang modern memberikan suasana belanja yang sangat nyaman yang dilengkapi dengan fasilitas pendingin ruangan dengan kondisi yang bersih, hal tersebut membuat para konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern dibandingkan di pasar tradisional. Letak dan kondisi suatu pasar sangat mempengaruhi minat belanja konsumen. Pada umumnya konsumen lebih tertarik dengan pasar yang memiliki tata letak yang strategis dan tingkat bangunan yang memadai dan tersusun rapi.

Perkembangan perekonomian di Indonesia pada saat ini dapat diukur dengan maraknya pembangunan yang ada dipusat perdagangan. Pusat perdagangan suatu wilayah merupakan salah satu indikator yang paling nyata terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Pusat perdagangan dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Jika dilihat dari kepentingan ekonomi saat ini, dapat dilihat bahwa jumlah pusat perdagangan baik itu pasar tradisional maupun modern semakin meningkat, adanya pusat perbelanjaan tersebut tentunya dapat mendorong terciptanya lapangan kerja yang bisa memberikan peluang bagi banyak orang. Dalam hal ini kehadiran pusat perbelanjaan ikut serta dalam mengurangi masalah pengangguran dan kemiskinan yang terjadi. Pada dasarnya pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Secara teoritis, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi actual atau potensial atas barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Assuri dalam buku Manajemen pemasaran teori dan implementasi transaksi potensial ini dapat terlaksana jika kondisi berikut terpenuhi, yaitu: (1) terdapat paling sedikit dua pihak, (2) masing-masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin berharga bagi pihak lain, (3) masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya, (4) masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain.<sup>1</sup>

Islam telah menjelaskan bahwasanya pasar harus berdiri dengan prinsip persaingan bebas (*perfect competition*) namun kebebasan tersebut tidak berarti

---

<sup>1</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Ed. I: Yogyakarta: C.V Andi Offest, 2016), h. 37.



berlaku secara mutlak akan tetapi kebebasan yang didasari oleh aturan syariah. jual beli merupakan sarana tolong menolong sesama manusia yang mempunyai landasan kuat dalam Islam.<sup>2</sup>

Pasar tradisional merupakan salah satu sarana kegiatan ekonomi masyarakat yang memiliki nilai strategis untuk mendukung perkembangan usaha sekaligus untuk memajukan perekonomian masyarakat, serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).<sup>3</sup>

Pasar tradisional memiliki beberapa kelemahan yang menjadi karakter yang sulit diubah seperti cara menyusun ruang, letak, faktor desain, terbatasnya alokasi waktu dan teknologi yang tidak memadai. Namun pasar tradisional memiliki kelebihan yaitu proses tawar menawar antara penjual dan pembeli yang dapat menimbulkan keakraban tersendiri bagi penjual dan pembeli. Lain halnya dengan pasar modern yang dapat dikatakan kebalikan dari semua kelemahan pasar tradisional dilihat dari segi tata ruang pasar modern memiliki bangunan yang lebih bagus. Namun di dalam pasar modern proses tawar menawar tidak akan kita jumpai karena harga barang di pasar modern telah ditetapkan sehingga tidak adanya proses tawar menawar yang menyebabkan kurangnya komunikasi.

Pasar tradisional seharusnya mendapat perhatian dari pemerintah karena pasar tradisional merupakan salah satu sarana yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat serta untuk mempertahankan budaya lokal. Pasar tradisional sudah

---

<sup>2</sup>Wiwik Wijayanti, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Rakyat Terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam*, repository.iainpurwokerto.ac.id, 2017, h.2.

<sup>3</sup>Humam Mujahidin Ar Rosyidi, *Analisis Implementasi Pasar Tradisional IR. Soekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.

semestinya dipertahankan dan dilestarikan karena terdapat nilai-nilai yang tidak terdapat pada pusat perbelanjaan modern. Hal tersebutlah yang mendorong pemerintah dalam melakukan renovasi pasar tradisional yang merupakan wujud pemerintah di bidang ekonomi.

Program revitalisasi pasar tradisional dimaksudkan dapat menjawab permasalahan yang melekat di pasar tradisional. Jika pasar tradisional dikelola tanpa adanya inovasi, maka hal tersebut membuat pasar menjadi tidak nyaman dan kompetitif. Dalam menjalankan aktivitas ekonomi pasar tradisional, kondisi fisik suatu pasar memegang peranan yang penting, dimana rencana pembangunan fisik pasar harus dipertimbangkan agar fungsi pasar sebagai tempat berlangsungnya kegiatan ekonomi dapat berlangsung sebagaimana mestinya.

Hal tersebutlah yang terjadi di pasar tradisional Lakawali sebelum renovasi dimana pasar tersebut mulanya merupakan pasar yang kumuh, pembangunan yang minim, pengap, sempit, sehingga membuat para konsumen kurang nyaman dalam berbelanja karena harus berdesak-desakan dengan konsumen lain. Keadaan pasar yang seperti itu sering kali membuat para pedagang mengeluh karena tempat yang kurang layak.

Kondisi pasar tradisional Lakawali saat ini dapat dikatakan jauh lebih baik dari sebelumnya. Hal tersebut disebabkan adanya peningkatan fasilitas penunjang pasar tradisional seperti peningkatan kebersihan, keamanan, dan area parkir. Peningkatan pengelolaan pasar tradisional dapat ditandai dengan adanya penataan para pedagang dan penambahan petugas keamanan pasar tradisional tersebut.

Menurut peneliti renovasi yang terjadi di pasar tradisional Lakawali tentunya sangat berdampak terhadap pendapatan pedagang serta faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan tersebut. Hal tersebut membuat penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pendapatan pedagang sebelum dan setelah adanya renovasi pasar serta upaya yang dilakukan oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatan sehingga penulis mengangkat judul “**Analisis Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Renovasi Pasar Tradisional di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur**”.

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang diuraikan tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional Lakawali?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional Lakawali?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Dari rumusan masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional Lakawali.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pendapatan pedagang.

#### ***D. Manfaat Penelitian***

Penelitian tentang Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Renovasi Pasar Tradisional di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran serta dapat memperkaya ragam penelitian yang dapat menambah dan memperluas ilmu pengetahuan, khususnya mengenai bagaimana pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional khususnya dipasar tradisional Lakawali.

2. Secara Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah wawasan bagi pihak yang tertarik untuk dibahas dan diteliti lebih lanjut serta untuk melatih kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan teori yang telah didapatkan selama dibangku perkuliahan.

#### ***E. Definisi Operasional Variabel***

Adapun definisi operasional menurut peneliti sebagai berikut:

### 1. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil yang didapatkan oleh seseorang akan usaha yang ia lakukan yang dapat diterima dalam bentuk upah maupun gaji dengan nominal yang telah ditetapkan.

### 2. Pedagang

Pedagang merupakan orang yang melakukan kegiatan menjual akan suatu barang dimana barang tersebut tidak dari hasil produksi sendiri dan dalam kegiatan tersebut pedagang dapat memperoleh hasil dari penjualan barang dagangannya.

### 3. Renovasi Pasar

Renovasi pasar merupakan pembangunan ulang atau perbaikan bangunan pasar karena fasilitas yang ada disuatu pasar sudah tidak dapat difungsikan sebagaimana mestinya.

### 4. Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. pasar tradisional merupakan daerah atau tempat yang didalamnya terdapat kegiatan jual beli barang yang ditandai dengan adanya transaksi secara langsung antara penjual dengan pembeli dan terdapat proses tawar menawar.

Berdasarkan dari pengertian sebelumnya, maksud peneliti dari Analisis perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah renovasi adalah peneliti akan melakukan penelitian mengenai bagaimana pendapatan pedagang ketika pasar tradisional tersebut telah direnovasi. Karena pendapatan pedagang bisa saja mengalami kenaikan atau malah menurun dengan adanya renovasi pasar tersebut.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan***

Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan bahan perbandingan atau perbedaan untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsari (2013) dengan judul “Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan” dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui program revitalisasi pasar tradisional digagas dengan maksud menjawab permasalahan yang ada dengan menyentuh kondisi fisik dan tata kelola pasar yang nantinya akan meningkatkan kunjungan konsumen sehingga berdampak pada pendapatan pedagang.<sup>4</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang renovasi pasar tradisional. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini lebih mengarah tentang pendapatan pedagang pasar sebelum dan sesudah renovasi.

2. Dalam skripsi Humam Mujahidin Ar Rosyidi (2016) dengan judul “Analisis implementasi revitalisasi pasar tradisional IR. Soekarno Kabupaten Sukoharjo dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan” dapat disimpulkan bahwa

---

<sup>4</sup>A.A Mirah Pradya Paramita, A.A Ketut Ayuningsari, *Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Jurusan Ekonomi Pembangunan. Vol.2, No. 5 Mei 2013.

penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional Ir. Soekarno yang telah selesai serta mengetahui dampaknya bagi lingkungan sekitar maupun masyarakat sebagai bentuk peningkatan kualitas pelayanan pemerintah khususnya dalam pengelolaan pasar tradisional Ir. Soekarno. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa pelaksanaan revitalisasi pasar tersebut telah berjalan dengan baik. Mengenai dampaknya terhadap pelayanan pasar Tradisional Ir. Soekarno dapat diketahui bahwa dengan adanya penambahan fasilitas pasar tradisional seperti peningkatan keamanan dan kebersihan, penambahan jumlah tenaga kerja, pembuatan area parker dan ruang terbuka telah menjawab kebutuhan pelayanan pasar tradisional Ir. Soekarno.<sup>5</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti dipasar tradisional, sedangkan Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah peneliti lebih fokus untuk mengetahui bagaimana dampak renovasi pasar tradisional Lakawali terhadap pendapatan pedagang setelah pasar tradisional tersebut direnovasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zunaidi (2013) dengan judul “ Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern” dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjawab permasalahan setelah adanya relokasi pedagang dan pembangunan pasar modern. Alasan pedagang untuk pindah dagang antara lain dilatar belakangi oleh ketidak setujuan pedagang dengan adanya

---

<sup>5</sup>Humam Mujahidin Ar Rosyidi, *Analisi Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional IR. SOekarno Kabupaten Sukoharjo Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.

relokasi dan pembangunan pasar modern dengan alasan takut akan nilai ketradisional pasar babat akan luntur dan harga kios yang mahal. Hal tersebut mengakibatkan adanya pro dan kontra yang berakibat pada kehidupan sosial ekonomi pedagang dimana pedagang pasar tradisional sebelum adanya relokasi mereka bersatu namun setelah adanya relokasi pasar pedagang ada yang menempati wilayah diluar area pasar.<sup>6</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang renovasi pasar tradisional. Sedangkan Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah peneliti akan meneliti bagaimana pendapatan pedagang setelah pasar tradisional Lakawali di renovasi.

4. penelitian yang dilakukan oleh Khosiah (2017) dengan judul “Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan Kopang Lombok Tengah” dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk menjelaskan persepsi pedagang terhadap renovasi pasar Semparu Desa Semparu, Kecamatan Kopang, Lombok Tengah. 2) Untuk mengetahui dampak renovasi pasar terhadap para pedagang pasar desa Semparu Kecamatan Kopang Lombok Tengah.<sup>7</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang dampak renovasi pasar tradisional. Sedangkan Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana

---

<sup>6</sup> Muhammad Zunaidi, *Kehidupan Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern*, IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013.

<sup>7</sup> Khosiah, *Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan KOpang Lombok Tengah*, Universitas Muhammadiyah Mataram, Lombok Tengah, vol. 1, No. II, 2017.



pendapatan pedagang sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional lakawali.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### 1. Pendapatan

Pendapatan dapat diartikan sebagai seluruh jumlah uang yang diterima oleh seseorang dalam jangka waktu atau periode tertentu (biasanya satu tahun). Pendapatan adalah penerimaan bersih seseorang yang diperoleh dari usaha yang telah dilakukan. pendapatan merupakan hasil yang diterima oleh produsen yang diperoleh dari hasil penjualannya. Pendapatan terdiri dari upah yang diterima oleh tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah dalam bentuk tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Adapun macam-macam upah yang saat ini banyak terdapat dalam jenis pengupahan antara lain:

- a. Pengupahan bulanan yang biasanya dilakukan untuk tenaga kerja tetap suatu perusahaan.
- b. Pengupahan mingguan atau harian biasanya dilakukan untuk tenaga kerja tidak tetap, biasa dalam bentuk kontrak langsung dengan perusahaan, borongan atau *outsourcing*. Biasanya diterapkan pada perusahaan manufaktur atau pabrik musiman.

- c. Pengupahan berdasarkan selesainya pekerjaan, biasanya untuk karyawan kontrak langsung yang banyak diterapkan pada organisasi non profit.<sup>8</sup>

Menurut Sukirno Pendapatan merupakan suatu hal atau unsur yang sangat penting di dalam sebuah perusahaan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu produsen ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.<sup>9</sup>

Untuk mengukur status ekonomi seseorang atau suatu negara, ukuran yang sering dijadikan sebagai patokan ada dua yaitu hasil atau pendapatan dan kekayaan yang dimiliki oleh seseorang. Jumlah seluruh pendapatan disebut sebagai pendapatan nasional, dimana komponen-komponen terbesar pendapatan nasional berada pada tenaga kerja buruh, baik dalam bentuk upah maupun gaji atau sebagai tunjangan tambahan. Secara garis besar pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

- a. Gaji dan Upah

Yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu, maupun dalam satu tahun.

- b. Pendapatan Yang Diperoleh Dari Usaha Sendiri

Merupakan hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Usaha disini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga. Tenaga

---

<sup>8</sup>Asri Laksmi Riani, *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*, (Cet.I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 128.

<sup>9</sup>[www.Hestanto.web.id](http://www.Hestanto.web.id). *Teori Pendapatan Ekonomi*. 04 Maret 2018. Diakses Pada tanggal 06 Desember 2018.

kerja berasal dari anggota keluarga sendiri serta nilai serta kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

c. Pendapat dari Usaha Lain

Pendapatann yang diperoleh tanpa mendapatkan tenaga dan biasanya merupakan pendapatan sampingan, antara lain: Pendapatan dari hasil menyewa asset yang dimiliki seperti rumah, tanah, mobil, dan sebagainya. Pendapatan dari usaha lain terdiri dari:

- 1) Bunga dari Uang
- 2) Sumbangan dari pihak lain
- 3) Pendapatan dari pensiun.<sup>10</sup>

Menurut Yudhohusodo tingkat pendapatan seseorang digolongkan dalam empat golongan yaitu:

- a. Golongan yang berpenghasilan rendah (*low income group*) yaitu pendapatan yang rata-ratanya sebesar Rp.150.000 perbulan.
- b. Golongan Berpenghasilan sedang (*Moderate income group*) yaitu pendapatan rata-rata Rp.150.000 – Rp. 450.000 perbulan.
- c. Golongan yang berpenghasilan menengah (*middle income group*) yaitu pendapatan rata-rata yang diterima sebesar Rp. 450.000 – Rp. 900.000 perbulan.
- d. Golongan yang berpenghasilan tinggi (*high income group*) yaitu dimana rata-rata pendapatan yang diperoleh lebih dari Rp. 900.000 perbulan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Saandika Adek Prasatia. *Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar Kawasan Wisata Pantai Kuta Lombok*, University Of Muhammdiyah Malang, 2017. eprints.umm.ac.id.

Adapun faktor yang menjadi sumber perbedaan penerimaan upah diantaranya yaitu:

a. Permintaan dan penawaran tenaga kerja

Di dalam permintaan dan penawaran tenaga kerja merupakan hal yang sangat besar peranannya dalam menentukan upah disuatu jenis pekerjaan.<sup>12</sup> Jika disuatu pekerjaan terdapat penawaran tenaga kerja yang cukup besar, akan tetapi permintaannya tidak banyak, maka upah cenderung mencapai tingkat yang lebih rendah.

b. Perbedaan corak Pekerjaan

Didalam kegiatan ekonomi terdapat berbagai jenis pekerjaan, pekerjaan tersebut meliputi pekerjaan yang cukup ringan dan mudah untuk dikerjakan dan ada pula pekerjaan yang harus dikerjakan dengan menggunakan tenaga yang cukup besar.

c. Perbedaan kemampuan, Keahlian, dan Pendidikan

Secara lahiriah sejak lahir seseorang mempunyai keahlian masing-masing dan hal tersebutlah yang menyebabkan mereka mempunyai produktivitas yang berbeda-beda dan pada umumnya suatu perusahaan tidak segan-segan untuk memberikan tingkat upah yang lebih tinggi terhadap pekerja yang mempunyai keahlian yang baik.

---

<sup>11</sup>[www.Hestanto.web.id](http://www.Hestanto.web.id). "Teori Pendapatan Ekonomi". 04 Maret 2018. Diakses pada tanggal 06 Desember 2018.

<sup>12</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Cet. III; Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 364.

d. Pertimbangan Bukan Keuangan

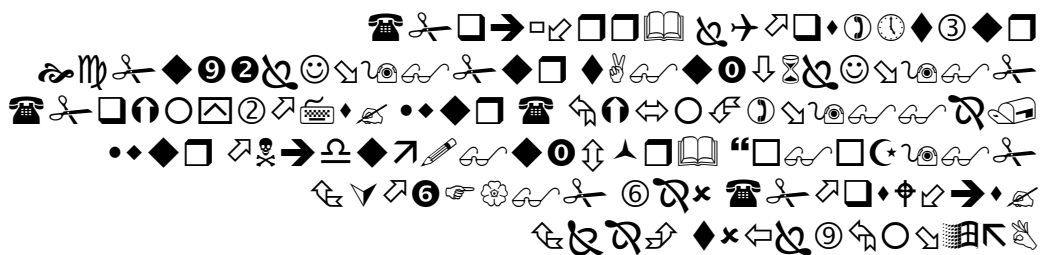
Letak suatu kepuasan pekerjaan bukan hanya diukur melalui upah yang diterima namun juga harus dipertimbangkan jauh dekatnya pekerjaan, apa yang akan dikerjakan, dan dimana ia akan ditempatkan. Hal tersebut harus dipertimbangkan karena seseorang bersedia menerima upah yang lebih rendah apabila tidak dipertimbangkan terlebih dahulu.

e. Mobilitas Tenaga Kerja

Dalam konteks mobilitas tenaga kerja jika dalam pasar tenaga kerja terdapat perbedaan upah, maka tenaga kerja akan berpindah ke pasar tenaga kerja yang upahnya lebih tinggi.<sup>13</sup>

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan, dengan memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Allah Swt telah mengingatkan umatnya untuk jujur dalam berdagang seperti yang diriwayatkan dalam Q.S. Huud/11:85:



Terjemahnya:

dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak

<sup>13</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Cet. III; Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 365.

mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.<sup>14</sup>

Ayat di atas telah jelas bahwa dalam berdagang kita harus jujur karena sesungguhnya segala sesuatu yang kita kerjakan akan bernilai ibadah dan akan dipertanggungjawabkan kelak. Dalam perdagangan dilakukannya penawaran produk untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang. Perdagangan dalam islam sendiri adalah salah satu bentuk pencarian karunia dari Allah Swt yang bertujuan untuk mendatangkan kemuliaan bagi para pelakunya dan mulianya berniaga. Adapun prinsip perdagangan dalam Islam yaitu:

a. Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran adalah hal yang harus dilakukan oleh seorang pedagang dalam melakukan kegiatan perdagangan. Dalam berdagang pedagang harus jujur dalam menawarkan produknya sehingga pembeli tidak merasa tertipu akan barang yang telah mereka beli

b. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan antar pelaku perdagangan yaitu penjual dan pembeli sangatlah penting. Hal itu disebabkan karena tanpa adanya kepercayaan dari kedua belah pihak maka akan sangat sulit untuk membuat kesepakatan dalam transaksi jual beli tersebut.

---

<sup>14</sup> Kementrian agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Cet: Bandung, CV Penerbit Diponegoro, 2014), hal. 231.

c. Saling *ridho* (rela)

Perdagangan yang dianjurkan dalam Islam adalah perdagangan yang membawa keuntungan dan membawa berkah bagi kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli. Keduanya harus saling rela tanpa adanya paksaan dan tidak ada pihak yang merasa terzalimi

d. Tidak mendurhakai Allah Swt

Manusia diwajibkan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Akan tetapi dalam bekerja manusia tidak boleh melalaikan kewajiban-kewajiban beribadah kepada Allah Swt.

e. Prinsip Keadilan

Dalam berdagang kita harus mempunyai prinsip keadilan terhadap semua konsumen. Karena dengan kita menegakkan prinsip keadilan tersebut maka hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap lingkungan kita yaitu terhadap para konsumen.<sup>15</sup>

Perdagangan dapat diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasari atas kemauan sukarela dari masing-masing pihak yang melakukan proses perdagangan. Adapun jenis-jenis Pedagang dapat dibedakan sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Cet. I; Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), h. 110.

a. Eksportir

Eksportir adalah seseorang, badan usaha, atau suatu lembaga atau organisasi yang melakukan kegiatan penjualan, pengiriman atau pengeluaran suatu produk dari batas wilayah suatu negara ke negara lain.

b. Importir

Importir adalah seseorang, badan usaha, atau suatu instansi yang melakukan kegiatan pembelian, penerimaan, atau pemasukan suatu barang atau produk dari batas wilayah suatu negara ke negara lainnya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.

c. Agen Tunggal atau Perdagangan Besar (Distributor)

Agen tunggal atau perdagangan besar (Distributor) adalah pedagang yang melakukan penjualan kepada pedagang menengah atau grosir dimana distributor ini melakukan pembelian dan mendapatkan barang secara langsung dari produsen.

d. Pedagang Menengah (grosir)

Pedagang Menengah (grosir) adalah pedagang yang membeli barang secara langsung pada agen tunggal atau distributor, atau perusahaan yang bersangkutan, kemudian melakukan penjualan pedagang kecil atau pedagang pengecer, seperti toko, warung, pasar swalayan, dan lain sebagainya.

e. Pedagang Eceran (*retailer*)

Pedagang eceran (*retailer*) adalah pedagang yang membeli barang dari pedagang menengah atau grosir dan kemudian menjual kepada konsumen.



Pedagang Eceran (*retailer*) adalah pedagang yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir.<sup>16</sup>

Didalam kegiatan perdagangan terdapat beberapa pelaku kegiatan ekonomi, diantaranya yaitu pedagang dan pembeli. Pedagang merupakan orang yang menjalankan usaha dalam bidang penjualan. Pedagang sendiri merupakan pelaku kegiatan ekonomi yang paling berpengaruh dalam sector perdagangan karena berkontribusi sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur melalui pendapatannya.

### 3. Renovasi Pasar

Pasar tradisional sebagai tempat berlangsungnya berbagai transaksi perdagangan antara warga masyarakat sebagai konsumen dengan masyarakat lainnya sebagai pedagang, dimana dalam melangsungkan kegiatan tersebut sangat membutuhkan tempat yang nyaman untuk melangsungkan transaksi sehingga renovasi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) renovasi merupakan pembaharuan, peremajaan, penyempurnaan (menyangkut tentang bangunan gedung dan sebagainya). Renovasi yaitu memperbaharui atau memperbaiki bangunan yang telah rusak agar dapat digunakan sebagaimana fungsinya.

Menurut PERMEN NO: 24/PRT/M/2008 Pemeliharaan bangunan gedung merupakan kegiatan untuk menjaga keadaan bangunan beserta menjaga prasarana dan sarananya agar bangunan gedung layak digunakan sebagaimana fungsinya. Sedangkan perawatan bangunan gedung adalah kegiatan untuk memperbaiki

---

<sup>16</sup>Ernia Sondakh, dkk. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Beras Dalam Menghadapi Fluktuasi Harga di Kota Manado*. ASE-vol. 12. No. IA, Maret 2016: 103-104.

kerusakan pada bagian gedung, komponen gedung, dan bahan bangunan yang digunakan dalam pembangunan gedung, dan sarana prasarana bangunan gedung agar tetap laik fungsi. Adapun hal yang dilakukan dalam pemeliharaan bangunan gedung yaitu pada bagian Arsitektur, Struktural, dan tata ruang pasar.<sup>17</sup>

Menurut Daniswono dalam skripsi Asep Syahri Romadhan TZ (2017) sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks renovasi terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu meliputi hal-hal berikut:

a. Intervensi Fisik

Kegiatan renovasi ini diawali dengan intervensi fisik yang dilakukan secara bertahap yang meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas serta kondisi fisik suatu bangunan.

b. Rehabilitasi Ekonomi

Rehabilitasi diawali dengan adanya proses peremajaan yang mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi. Perbaikan kondisi fisik suatu kawasan yang bersifat jangka pendek diharapkan dapat mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal (*local economic development*) sehingga mampu memberikan nilai tambah di dalam kawasan kota

c. Revitalisasi sosial/institusional

Keberhasilan proses revitalisasi sebuah kawasan dapat diukur dengan terciptanya lingkungan yang menarik (*interesting*), jadi bukan sekedar membuat *beautiful place*. Maksudnya, kegiatan renovasi tersebut harus berdampak positif

---

<sup>17</sup> Khosiah, *Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan KOpang Lombok Tengah*, Universitas Muhammadiyah Mataram, Lombok Tengah, vol. 1, No. II, 2017.

serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan social masyarakat/warga (*public realms*).<sup>18</sup>

Pembangunan infrastruktur merupakan kewajiban pemerintah sebagai upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan masyarakat.<sup>19</sup> Sebelum direnovasi pasar tradisional identik dengan tempat yang kumuh, bau, pengap, becek, dan tempat parkir yang sempit tentunya. Renovasi Pasar ini sendiri dimaksudkan dapat memudahkan akses transaksi jual beli secara nyaman dan dapat meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku-pelaku kegiatan ekonomi yang ada dimasyarakat.

#### 4. Pasar

Kata Pasar tidaklah asing lagi didengar di semua kalangan mulai dari kalangan anak-anak, orang dewasa, dan kalangan orang tua. Dalam arti sempit itu sendiri pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dimana transaksinya dilakukan secara langsung. Pasar adalah orang-orang atau organisasi-organisasi dengan (1) Keinginan (*want*) untuk memuaskan sesuatu atau diri sendiri; (2) Uang yang dapat dibelanjakan; (3) Kesiediaan untuk membelanjakan uang.<sup>20</sup>

Dalam perspektif Islam pasar adalah tempat transaksi ekonomi yang dimana aturan-aturannya berdasarkan ajaran-ajaran Islam, yang didalamnya harus

---

<sup>18</sup>Asep Syahri Romadhan, *faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*, Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2017. Vol.4. No. 1.

<sup>19</sup>Hidayatul Masitoh, *Public Private Partnership (PPP) Pengelolaan Aset Daerah*, Departemen Ilmu Administrasi Negara, Universitas Airlangga, 2014, Vol. 2. No. 1.

<sup>20</sup>Ari Setianingrum, et.al., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 49.

tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Dalam Islam pasar merupakan kedudukan yang penting dalam perekonomian. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Konsep pasar dalam ekonomi Islam mendapat kedudukan yang penting dalam Ekonomi Islam. Rasulullah Saw menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang setara konsep pasar dalam Islam itu sendiri yaitu adanya persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), adanya keterbukaan (*transparency*), dan adanya keadilan (*justice*).<sup>21</sup>

Dalam Islam pasar tidak bisa terlepas dari fungsi pasar yang dimana pasar berfungsi sebagai wadah untuk berlangsungnya kegiatan jual beli. Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Adapun bentuk ketidakadilan yang dilarang oleh Islam yaitu:

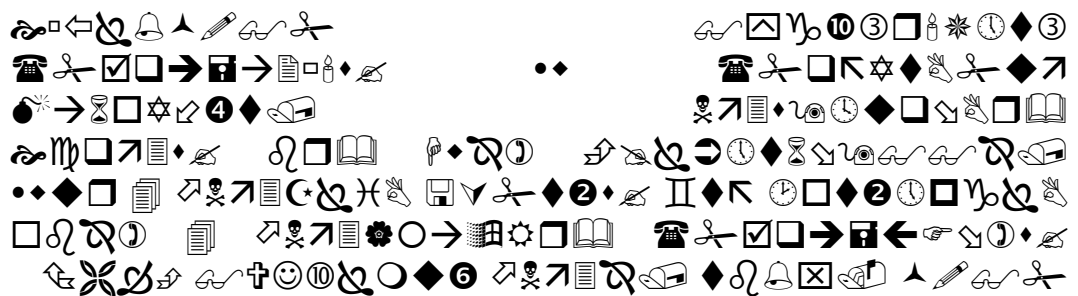
- a. *Talaqqi rukban*, dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif
- b. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama namun jumlah barang yang ditawarkan lebih sedikit
- c. Menyembunyikan barang yang cacat dilarang karena penjual akan mendapatkan harga barang yang baik namun kualitas barang yang di dagangkan buruk sehingga ada pihak yang terdzalimi

---

<sup>21</sup> <https://dokumen.tips/dokumen/konsep-pasar-dalam-ekonomi-islam-ppt.html>. Diakses Pada Tanggal 02Februari 2019.

- d. Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar
- e. Menukar kurma dengan kualitas yang bagus dengan kurma yang mempunyai kualitas sedang dilarang karena kualitas kurma mempunyai harga pasarnya.
- f. Transaksi *najasy* dilarang karena penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik
- g. *Ikhtikar* dilarang karena mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual barang lebih sedikit dengan harga yang lebih tinggi
- h. *ghaban faa-hisy* (besar) atau menjual barang diatas harga pasar.<sup>22</sup>

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat berlangsungnya transaksi jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik saja tetapi juga dilihat dari aturan dan norma yang terkait dengan masalah pasar. Seringkali pasar rentan dengan kecurangan dan perbuatan yang mendzalimi pihak lain yang terkait dengan transaksi dipasar misalnya dalam pembentukan harga. Dalam Islam transaksi terjadi secara sukarela sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. An-nisa/4:29:



Terjemahnya:

---

<sup>22</sup> Adiwarmam A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Cet. III; Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2007), h. 153.

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membubuh dirimu. Sungguh, Allah maha Maha penyayang kepadamu.<sup>23</sup>

Pada dasarnya larangan (mengharamkan) orang-orang beriman dari kemungkinan melakukan usaha ekonomi untuk kemudian memakan dan menikmati hasilnya dengan cara yang batil.

Menurut Willian J. Stanton pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian di atas terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar:

- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli masyarakat yang tinggi
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka.<sup>24</sup>

Pasar memiliki kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, dalam bidang produksi, konsumsi, maupun distribusi. Dalam hal ini pasar dapat dikatakan sebagai arena pertukaran barang yang dimana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan melangsungkan kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi hal tersebut menyebabkan transaksi yang dapat dilakukan tanpa bertemunya antara penjual dan pembeli secara langsung. Dari hal tersebut maka

---

<sup>23</sup> Kementrian Agama RI, *AL-qur'an dan Terjemahnya*, (Cet: Bandung, CV Penerbit Diponegoro, 2014), hal. 83.

<sup>24</sup>M Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Cet. VII; Jakarta: Bumu Aksara, 2014), h. 25.

munculah pengertian pasar dalam arti luas yaitu interaksi antara penjual dan pembeli untuk mencapai harga pasar.

a. Pengelompokan Pasar Menurut Kelas Pelayanannya

1). Pasar Tradisional

Pasar Tradisional merupakan pasar yang sangat berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia maupun disuatu daerah, dan memiliki keunggulan yaitu bersaing secara alamiah. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dimana transaksinya dilakukan secara langsung dan biasanya dalam kegiatan ini terjadi proses tawar menawar antara penjual dan pembeli.

Dalam bidang ekonomi, keberadaan pasar tradisional sangat membantu baik untuk pemerintah daerah maupun pemerintah pusat dan masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang disamping itu pasar tradisional merupakan lapangan kerja yang sangat berguna bagi masyarakat.

Pada hakikatnya pasar tradisional bergerak pada sektor informal, oleh karena itu siapa saja memiliki peluang untuk untuk bekerja di pasar. Untuk bekerja dipasar sendiri tidak dibutuhkan syarat yang khusus berbeda dengan sektor formal seperti ketika hendak menjadi pegawai kantoran yang harus memenuhi syarat khusus. Pasar tradisional mempunyai potensi yang tidak bisa diabaikan baik secara ekonomi maupun sosial, yaitu:

- a). secara ekonomis mampu menghidupi ribuan orang, atau merupakan arena untuk memenuhi kebutuhan hidup atau ruang bagi pemberdayaan ekonomi rakyat
- b). pasar sebagai ruang publik merupakan arena untuk membentuk jalinan relasi social-ekonomi, dimana didalamnya terbangun nilai untuk saling percaya, saling menghormati, dan perasaan empati terhadap semuanya
- c). secara alami pasar tradisional terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut/gendong, dan pembeli.<sup>25</sup>

Secara umum pasar tradisional mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan. Adapun kelebihan pasar tradisional yaitu lokasinya yang strategis dekat dengan pemukiman, adanya proses tawar menawar yang terjadi secara langsung, barang-barang yang diperjualbelikan merupakan kebutuhan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari dan relatif murah.

Di dalam pasar tradisional sendiri terdapat banyak aktor yang sangat memiliki arti penting untuk mensejahterakan hidupnya baik itu pedagang, pembeli, buruh angkut, dan sebagainya. Mereka merupakan aktor penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia. Untuk lebih jelasnya pasar tradisional yang penulis maksud adalah Pasar tradisional Lakawali yang ada di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur.

Ciri khas pasar tradisional yaitu harga yang ditawarkan lebih murah dan adanya proses tawar menawar yang dapat memberikan keakraban secara langsung

---

<sup>25</sup> Rohmatun Nikmah, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Pembeli di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo*, Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember, 2015, h. 03.



antar penjual dan pembeli. Sedangkan kelemahannya yaitu kondisi tempat yang kumuh, becek, panas, bau, dan kurang aman.

Didalam pasar tradisional sendiri terdapat banyak interaksi yang tidak kita dapatkan di pasar modern dimana di dalam pasar tradisional para penjual dan pembeli akan bertemu sehingga secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Sebelum kesepakatan antara penjual dan pembeli terjadi biasanya terlebih dahulu pedagang akan menawarkan barang kepada konsumen dengan harga tertentu sementara pembeli akan menawar barang tersebut dengan harga yang relative murah atau harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Keberadaan pasar tradisional disuatu daerah diharapkan dapat:

- a) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat
- b) Membuka peluang kerja
- c) Menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi pasar
- d) Menambah Pendapatan Asli Desa
- e) Terbukanya peluang investasi
- f) Tertatanya pembangunan dengan baik.<sup>26</sup>

## 2) Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang bersifat modern dimana barang yang diperjualbelikan telah tertera harganya sehingga dalam kegiatan transaksi tidak terdapat lagi proses tawar menawar.

Pembangunan dan pelayanan di pasar ini dilakukan secara mandiri, artinya pembeli akan dilayani dengan baik oleh para pramuniaga. Barang yang

---

<sup>26</sup> Asep Syahri Romadhan, *Faktor-Faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupatenn Kampar*, Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2007. Vol. 4, NO. 1.h. 02.

didagangkan oleh pasar modern bisa dikatakan cukup lengkap. Barang yang di jual selain bahan makanan juga terdapat buah-buahan, makanan ringan, sayuran, daging, peralatan dapur, dan lain sebagainya. Sebagian besar barang yang didagangkan barang yang didagangkan adalah barang yang jenisnya dapat bertahan lama. Yang tergolong dalam pasar modern di Kecamatan Malili yaitu Indomaret, Alfamidi, dan Alfamart. Adapun ciri-ciri pasar modern yaitu:

- a) Tidak terikat pada tempat tertentu, melainkan bisa dilakukan dimana saja  
contoh *byonline*
- b) Alat pembayaran dapat dilakukan dengan non tunai (*transfer*)
- c) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung
- d) Pada situasi tertentu seperti di supermarket harga tidak bisa ditawar
- e) Harga sudah tertera dan telah diberi *barcode*
- f) Barang yang dijual beranekaragam dan pada umumnya barang bersifat tahan lama
- g) Berada dalam bangunan dan pelayanan yang dilakukan secara sendiri atau swalayan
- h) Ruang ber-AC dan nyaman sehingga para konsumen tidak terkena terik matahari
- i) Tempat bersih
- j) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang

- k) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang kekasir dan tidak ada proses tawar menawar didalamnya.<sup>27</sup>

Ciri khas pasar modern yaitu tidak adanya transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. Di dalam Pasar modern terdapat kelebihan dan kekurangan di dalamnya. Adapun kelebihan dan kekurangan pasar modern yaitu sebagai berikut:

a. Kelebihan pasar modern

- 1) kualitas barang yang ditawarkan baik, barang yang diperdagangkan pada pasar modern harus memenuhi standar tertentu sehingga kualitasnya terjamin
- 2) Tempat yang bersih, nyaman dan tenang. Salah satu hal yang paling diperhatikan oleh penjual dipasar modern yaitu kepuasan konsumen atau pembelinya
- 3) Meningkatkan Produk *Domestik Bruto*. Produk *Domestik Bruto* adalah nilai total dari jumlah produksi barang dan jasa dalam suatu wilayah dalam jangka waktu tertentu
- 4) Menambah Lapangan Kerja. Pasar modern membutuhkan karyawan dalam menjalankan fungsinya, mereka membutuhkan orang-orang yang mempunyai kemampuan dalam pemasaran, pelayanan konsumen, penjaga keamanan, petugas kebersihan, dan lain sebagainya. Karena itu pasar modern juga berperan dalam mengatasi pengangguran dengan membuka lowongan pekerjaan

---

<sup>27</sup>Veka Ferliana, *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018,h. 30.

b. Kelemahan pasar modern yaitu sebagai berikut:

- 1) Konsumen dari pasar ekonomi ditarik kepasar modern karena banyak keunggulan yang dimiliki pasar modern tetapi tidak dimiliki oleh pasar tradisional
- 2) Membuat terjadinya kesenjangan ekonomi, hal ini terjadi karena konsumen dari pasar ekonomi banyak yang mulai pindah kepasar modern, maka penghasilan dari pedagang atau penjual pada pasar tradisional juga akan menurun
- 3) Investasi asing pdalam pasar modern dapat menurangi devisa, besarnya potensi sumber daya yang dimiliki oleh Indonesia membuat mulai banyak pihak asing yang ikut terjun kedalam pasar-pasar di Indonesia
- 4) Pasar modern cenderung mengeksploitasi pemasok (*supplier*), biasanya dalam suatu daerah tidak banyak ditemukan pasar modern, hanya ada beberapa saja pada setiap wilayah.<sup>28</sup>

c. Strategi perdagangan pada masa Rasulullah Saw, fungsi dan macam-macam pasar

1. Strategi perdagangan pada masa Rasulullah

Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah Saw dan khulafaurrasyidin. Rasulullah Saw pada awalnya adalah seorang pedagang demikian pula *Khulafaurrasyidin* dan kebanyakan sahabatnya.

---

<sup>28</sup> <https://forum.teropong.id/2017/10/12>. Diakses pada tanggal 06 Agustus 2018.

Setelah ibu dan kakeknya meninggal, beliau diasuh oleh pamannya yang bernama Abu Thalib. Pada Saat beliau menginjak usia 8 tahun, Sejak itulah Rasulullah Saw ikut meringankan beban pamannya dengan cara membantunya untuk berdagang. Pada saat usianya menginjak 12 tahun, beliau telah ikut dengan para khafilah dagang Arab untuk berdagang hingga keluar negeri seperti Negara Syam (*Syria*). Setelah usianya memasuki 15 tahun, beliau memutuskan untuk berdagang sendiri. Rasulullah Saw telah dikenal sebagai pedagang yang jujur, amanah, sopan santun, tepat janji, menghormati semua pelanggan, dan beliau tidak pernah menjual barang yang memang tidak layak untuk didagangkan (cacat).

Pada saat beliau berhijrah ke Madinah, beliau menjadi pengawas pasar (*al-muhtasib*) untuk mengawasi mekanisme pasar di Madinah dan daerah sekitarnya agar kegiatan ekonomi berlangsung secara Islami. Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai dan beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga disaat tiba-tiba tingkat harga mengalami kenaikan karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni.

Nabi Muhammad Saw merupakan pedagang yang sangat menjunjung tinggi kejujuran sehingga beliau dijuluki "*Al-amin*" yaitu orang yang dapat dipercaya. Karena kejujuran beliau dalam berdagang membuat wanita terkaya di Makkah yang bernama Khadijah meminta Rasulullah Saw untuk memutar modal yang dimilikinya. Kepercayaan yang diberikan oleh Khadijah rupanya tidak sia-sia hal itu terbukti dimana Rasulullah Saw berhasil melipat gandakan kekayaan atau modal yang dimiliki oleh Khadijah.

Kesuksesan Rasulullah Saw berdagang dikarenakan beliau tidak pernah meninggalkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan amanah. Dalam menjalankan bisnisnya beliau tidak pernah menjelekkkan bisnis orang lain. Hal inilah yang dikatakan oleh nabi Muhammad Saw kepada para pengikutnya. Nabi Muhammad Saw memegang prinsip bisnis dengan memuaskan pelanggan, bukan mematikan bisnis orang lain. Rasulullah juga selalu memberikan upah kepada karyawannya dengan tepat waktu bahkan Rasulullah Saw bersabda "Berikanlah upah kepada karyawanmu sebelum kering keringatnya".

Setelah menikah dengan khadijah, beliau semakin gigih dalam berdagang dan kesungguhannya dalam berdagang dapat dilihat dari banyaknya mitra usaha di seluruh jazirah Arab dan usahanya semakin berkembang pesat sehingga Nabi Muhammad Saw adalah seorang yang kaya raya dengan usaha perdagangan yang dijalankan dengan jujur dan serius.

## 2. Fungsi Pasar

Dalam Islam pasar berfungsi untuk mencapai falah didunia dan di akhirat, namun secara umum fungsi pasar adalah:

### a. Fungsi Distribusi

Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi. Dalam fungsi distribusi, pasar berperan memperlancar penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

### b. Fungsi Penetapan Harga

Pasar berfungsi sebagai penetapan harga, yaitu kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

### c. Fungsi Promosi

Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan cara memasang spanduk, membagikan brosur, membagikan sampe, dan lain sebagainya.<sup>29</sup>

## 3. Macam-Macam Pasar

### a. Pasar Persaingan Sempurna

Dalam analisis ekonomi, sering dimisalkan bahwa perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang di dalamnya terdapat penjual dan pembeli yang jumlahnya tidak terbatas atau banyak dan setiap penjual atau pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar, produk yang dijual memiliki perbedaan yang sangat tipis bahkan hampir tidak kentara.

Pasar persaingan sempurna dapat di definisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana didalamnya terdapat banyak penjual dan pembeli. Kondisi tersebut dapat ditandai dengan: (1) adanya banyak pembeli dan penjual, (2) produk yang dijual yaitu produk standar homogen, (3) penjual dan pembeli memiliki informasi secara sempurna tentang harga dan ketersediaan semua

---

<sup>29</sup><https://ekoprasetio594.wordpress.com>. 30 Desember 2013. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2018.

sumberdaya dan produk, (4) perusahaan dan sumberdaya bebas untuk bergerak atau berpindah.<sup>30</sup>

Islam telah menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan bebas, namun tidak berarti kebebasan itu mutlak tetapi kebebasan itu harus sesuai dengan aturan syari'ah. Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna yaitu:

- 1) Setiap perusahaan adalah pengambil harga, artinya suatu perusahaan yang ada didalam pasar tidak dapat menentukan atau merubah harga pasar.
- 2) Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk, artinya sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan perusahaan tersebut, langkah ini dengan mudah dilakukan.
- 3) Setiap perusahaan menghasilkan barang yang sama, artinya bahwa barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan.
- 4) Banyak perusahaan dalam pasar, artinya karena jumlah perusahaan sangat banyak dan relatif kecil jika dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industry tersebut.
- 5) Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar, artinya bahwa pembeli mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan keatas harga tersebut.<sup>31</sup>

Pasar persaingan sempurna memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan.

Adapun kelebihan pasar persainyan sempurna yaitu:

---

<sup>30</sup>Dyah Sawitri, *Ekonomi Mikro dan Implementasinya*, (Cet. I, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 13.

<sup>31</sup>Yulius Eka Agung Saputra dan Joko Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Cet. I; Yogyakarta: Ekuilibra, 2016), h. 155.



1. hak kebebasan individu dan swasta dalam menjalankan usahanya diakui karena pemerintah tidak ikut campur secara langsung
2. perkembangan ekonomi cenderung cepat karena efisiensi kerja yang baik dan persaingan bebas dalam pasar
3. pembeli mempunyai banyak pilihan terhadap produk dari produsen mana yang ingin dibeli karena tidak ada monopoli barang oleh produsen tertentu

Sedangkan kelemahan pasar persaingan sempurna yaitu:

1. kekurangan inovasi dari pedagang terhadap produk yang dijual
2. peningkatan kualitas produk cenderung lambat karena semua produk homogen dan kualitasnya dianggap sama oleh konsumen
3. terjadi konflik keadilan antara produsen, dimana produsen kaya memilih keuntungan dengan modalnya sehingga bisa menggunakan sumber daya secara lebih efisien, hal ini membuat distribusi pendapatan yang tidak merata.<sup>32</sup>

#### b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna, dimana penjual dan pembeli sifatnya *relative*. Terkadang terdapat pasar yang jumlah penjualnya sedikit, bahkan ada pasar yang jumlah penjualnya hanya satu. Pasar persaingan tidak sempurna dibagi menjadi beberapa macam yaitu:

##### 1) Pasar Monopoli (*ihlikar*)

---

<sup>32</sup> <http://www.ilmudasar.com/2017/08/pengertian-ciri-kelebihan-dan-kekurangan-pasar-persaingan-sempurna-adalah.html>. Diakses pada tanggal 02 Agustus 2018.

Pasar monopoli merupakan salah satu bentuk pasar yang dimana didalamnya hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Dan seorang monopolis adalah sebagai penentu harga (*price maker*). Dalam hal ini, Islam tidak pernah melarang keberadaan satu penjual dipasar atau yang tidak terdapat pesaingnya, akan tetapi penjual juga tidak boleh mengambil keuntungan diatas garis normal.

Adapun ciri-ciri pasar monopoli yaitu:

- a) Pasar Monopoli adalah industri satu perusahaan, artinya bahwa barang-barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli dari tempat lain.
- b) Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip, artinya barang yang dihasilkan perusahaan tidak dapat diganti oleh barang lain yang ada dalam perekonomian, begitu pula dengan kegunaannya.
- c) menguasai penentuan harga, artinya karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual didalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasai.
- d) mempromosikan penjualan secara iklan kurang diperlukan, artinya karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya perusahaan didalam industri, ia tidak perlu melakukan promosi penjualan secara iklan.<sup>33</sup>

Adapun kelebihan dan kelemahan pasar monopoli yaitu:

- a. Kelebihan pasar monopoli
  - 1) Keuntungan yang diperoleh produsen banyak

---

<sup>33</sup>Yulius Eka Agung Saputra dan Joko Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Mikro* ,(Cet. I; Yogyakarta: Ekuilibra, 2016), h. 162.

- 2) Inovasi dari produsen selalu muncul karena ingin menjaga kekuasaannya dalam pasar monopoli
- 3) Terdapat banyak industry-industri yang berkembang pesat

b. Kelemahan pasar monopoli:

- 1) Keadilan kurang diperhatikan, hanya satu pihak yang diuntungkan
- 2) Sering terjadi pemborosan karena semua pihak ingin menguasai pasar
- 3) Konsumen sering dirugikan karena mau tidak mau mereka harus mau membeli produk dengan harga yang tinggi.<sup>34</sup>

2) Pasar Oligopoli

Pasar Oligopoli adalah salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna yang dimana hanya terdiri dari beberapa produsen dengan jumlah pembeli lebih banyak. Pada Umumnya jumlah perusahaan ini terdiri lebih dari dua namun tidak mencukupi sampai sepuluh perusahaan. Jika pasar Oligopoli terdiri dari dua perusahaan maka pasar itu dinamakan duopoli.

Dalam praktek oligopoli biasanya dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk menahan perusahaan-perusahaan lain masuk kedalam pasar. Adapun tujuan perusahaan melakukan oligopoli adalah sebagai salah satu usaha untuk menikmati suatu keuntungan dengan cara menetapkan harga jual yang terbatas, sehingga menyebabkan persaingan harga diantara pelaku usaha yang melakukan praktik oligopoli menjadi tidak sah.

Adapun ciri-ciri pasar oligopoli yaitu:

- a) Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak

---

<sup>34</sup><https://maulidilham.wordpress.com/2017/12/06>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2018.

- b) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh
- c) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan.<sup>35</sup>

Adapun kelebihan pasar oligopoli yaitu:

- a) Persaingan ketat yang terjadi di pihak produsen tentu memberikan keuntungan bagi konsumen karena mereka akan mendapatkan produk terbaik dan promo tepat dari masing-masing produsen
- b) Konsumen bisa mendapatkan berbagai pilihan dan variasi dari produk yang dibutuhkannya dan mereka bisa mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan dari masing-masing produk dalam memenuhi kebutuhan secara optimal
- c) Produsen akan menyesuaikan harga produk dengan kemampuan target konsumennya masing-masing sehingga dapat dikatakan penentuan harga akan tergantung pada kebijakan produsen yang mempertimbangkan konsumennya

Adapun kelemahan pasar oligopoly yaitu sebagai berikut:

- a) Kebijakan yang dibuat oleh produsen terbesar akan sangat berpengaruh pada kondisi pasar termasuk juga produsen
- b) Cukup sulit untuk produsen baru masuk kedalam pasar ini karena modal yang dibutuhkan cukup besar untuk bersaing dengan produsen lainnya sehingga kondisi tersebut menyebabkan pertumbuhan ekonomi juga

---

<sup>35</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Cet. XXIX; Jakarta: Raja Grafindo Persaja, 2014), h. 315.

berjalan lambat karena persaingan yang terjadi hanya ada pada beberapa produsen besar

- c) Modal dan budget yang harus dikeluarkan untuk promosi cukup besar dan persiapan produsen sehingga seringkali dianggap sebagai pemborosan sumber daya ekonomi
- d) Sering kali terjadi perang harga antar produsen yang tentunya juga akan membuat berbagai perubahan pada kondisi harga dipasaran, apalagi jika hal tersebut dilakukan oleh produsen besar.<sup>36</sup>

### 3) Pasar Monopolistik

Pasar Monopolistik adalah bentuk pasar yang didalamnya terdapat banyak perusahaan yang menghasilkan barang yang sama, akan tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek.

Jumlah perusahaan dalam pasar monopolistic ini tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki ciri khas tersendiri atau yang membedakan dari produk lain. Adapun ciri-ciri pasar monopolistik yaitu:

- a) Terdapat banyak perusahaan didalam pasar maka pasar persaingan monopolistik mempunyai ukuran yang relative sama, keadaan ini menyebabkan produksi suatu perusahaan adalah sedikit kalau dibandingkan dengan keseluruhan produksi perusahaan-perusahaan dalam pasar tersebut

---

<sup>36</sup> <https://salamadian.com/pengertian-contoh-pasar-oligopoli/>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2018.

- b) Barang produksinya bersifat berbeda corak. Perbedaan disini antara lain bentuk fisik barang pembungkusannya, bentuk jasa perusahaan setelah penjualan dan perbedaan dalam cara membayar barang yang dibeli
- c) Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan mempengaruhi harga
- d) Pemasukan kedalam industri relatif mudah.<sup>37</sup>

Kelebihan pasar monopolistic yaitu sebagai berikut:

- a) Konsumen merasakan kesejahteraan dalam pemenuhan kebutuhan karena semua yang dibutuhkan ada dan macamnya banyak sehingga bebas memilih apa yang mereka butuhkan
- b) Inovasi dari produsen dalam pengahsilan produk terasah karena adanya keleluasaan keluar masuk pasar
- c) Produsen akan mendapatkan keuntungan yang maksimal
- d) Konsumen cenderung selektif dan dan loyal terhadap sesuatu produk yang disebabkan karena adanya diferensiasi produk

Adapun kelemahan pasar monopilistik yaitu sebagai berikut:

- a) Tingkat persaingan dalam pasar monopolistik bisa dibilang tinggi, baik dari segi harga, kualitas, maupun pelayanan yang diberikan sehingga produsen berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik, dann yang tidak memiliki keahlian khusus atau tidak memiliki modal serta pengalaman yang cukup, maka tidak akan bertahan lama

---

<sup>37</sup>Yulius Eka Agung Saputra dan Joko Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Mikro, ibidh 169.*

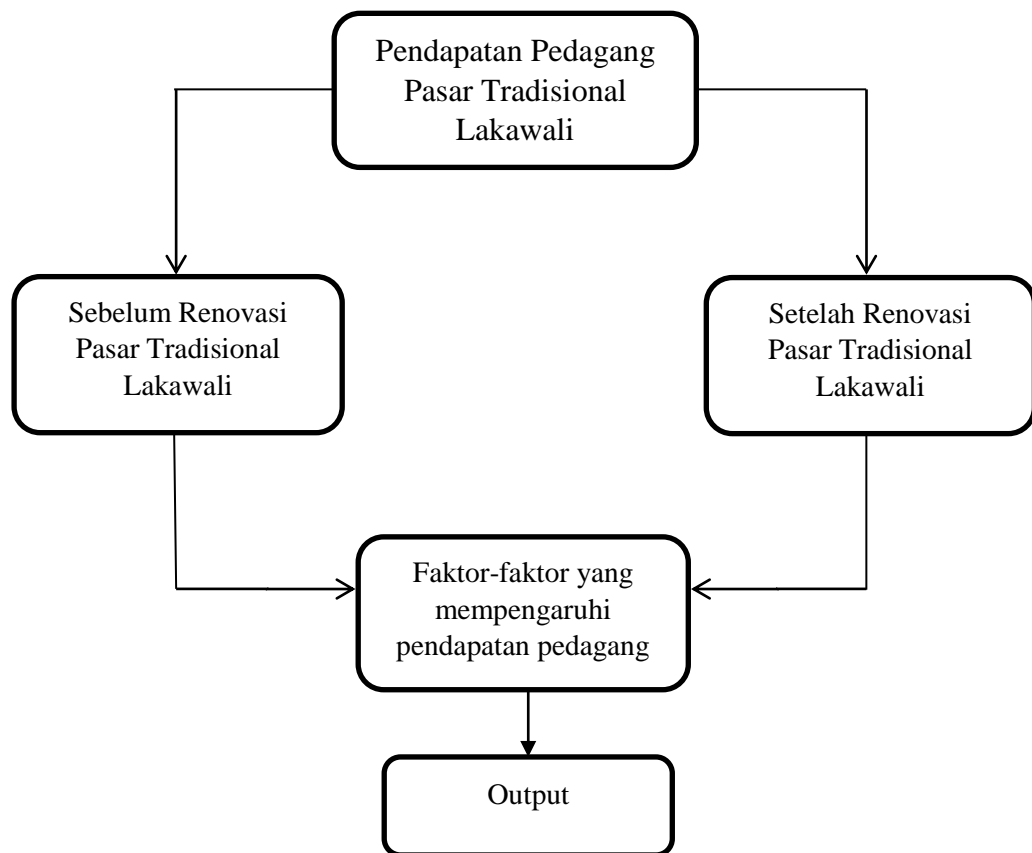
- b) Modal yang harus dimiliki cenderung banyak bila ingin masuk ke dalam pasar ini
- c) Persaingan yang tidak sehat mudah muncul karena semua produsen bersaing meraih yang banyak
- d) Memerlukan biaya produksi yang tinggi dan berimbas pada kenaikan harga.<sup>38</sup>

#### **H. Kerangka Pikir**

Untuk lebih memperjelas penelitian untuk mengetahui bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah renovasi pasar tradisional Lakawali dan upaya yang harus dilakukan oleh pedagang untuk meningkatkan pendapatan pedagang pasar tradisional, dapat digambarkan kerangka pikir sebagai berikut:

---

<sup>38</sup><https://maulidilham.wordpress.com/2017/12/06>. diakses pada tanggal 24 Oktober 2018.



**Gambar 1. 1 Bagan Kerangka Pikir**



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologi, dimaksudkan untuk menyelidiki apakah konsep yang ditawarkan itu sesuai dengan kondisi objektif masyarakat, pendekatan ini dipergunakan untuk memperjelas dinamika masyarakat.<sup>39</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan suatu pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi, dan dipaparkan yang kemudian dianalisa sesuai dengan fakta social yang ada.

Metode kualitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*. Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekan makna dari pada generalisasi.<sup>40</sup>

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur tepatnya di pasar tradisional Lakawali. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 desember 2018 sampai 13 januari 2019.

---

<sup>39</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Cet. VII; Alfabeta, 2009), h.26.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet,XX; Bandung: Alfabeta, 2014), h. 15.



**Gambar 1.2 Satelit Google Maps Pasar Tradisional Lakawali**

### C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dapat dijadikan sebagai sumber perolehan data dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian berperan sebagai pemberi tanggapan atau informasi terkait dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti secara langsung.

Dalam penelitian ini yang memberikan informan adalah pedagang pasar tradisional Lakawali yang masing-masing berjumlah 2 pedagang yang terdiri dari pedagang barang campuran, pedagang barang pecah belah, pedagang pakaian, pedagang bahan makanan, pedagang sayur, dan pedagang ikan. Jadi jumlah keseluruhan informan adalah 12 pedagang di pasar tradisional Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur.

### D. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung oleh peneliti dimana data tersebut diperoleh dari sumber utama yang dikelola sendiri oleh peneliti. Data yang didapat oleh peneliti adalah hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. subjek penelitian ini adalah pedagang Pasar Tradisional Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur. Data primer dari penelitian ini yaitu pedagang pasar tradisional Lakawali.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti melalui pihak dari luar atau pihak lain (eksternal) yang secara tidak langsung diperoleh dari data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia. Data sekunder dapat diperoleh dari hasil bacaan berupa buku, jurnal, artikel, dan pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi.<sup>41</sup>

a. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan pada objek yang akan diteliti. Pengamatan dilakukan pada awal penelitian, pada proses penelitian hingga akhir penelitian. Melalui observasi itulah

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabet, 2014), h. 224.

dapat dikenali berbagai rupa kejadian, peristiwa, keadaan, tindakan yang mempola dari hari kehari ditengah masyarakat.<sup>42</sup>

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang atau lebih, dalam interaksi tersebut seseorang dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan melakukan tanya jawab. Wawancara dapat digunakan untuk menggali lebih dalam dari data yang diperoleh dari observasi. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pedagang yang ada di pasar tradisional Lakawali yang terdiri dari pedagang sayur, pedagang ikan, pedagang barang pecah belah, pedagang pakaian, pedagang bahan pokok makanan dan pedagang campuran.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan perlengkapan perlengkapan dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>43</sup> Dokumentasi yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain sebagainya. Sedangkan dokumentasi yang berbentuk karya yaitu foto, gambar hidup, sketsa, dan lain sebagainya yang berbentuk seni.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif data dapat diperoleh dari berbagai sumber, teknik pengumpulan data yang berfariasi dan dilakukan secara terus menerus

---

<sup>42</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada), h. 66.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 240.

sampai datanya baik. Dalam penelitian kualitatif, penelitian dapat dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di Lapangan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Proses analisis data dilakukan dengan tiga tahap yaitu:

#### 1. Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data maka dilakukan pengolahan data yang digunakan yaitu *editing* merupakan pemeriksaan daftar pertanyaan yang telah di serahkan oleh para pengumpul data. Setelah itu dilakukan *coding*, dimana *coding* adalah mengklarifikasi jawaban-jawaban dari informan.

#### 2. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama lapangan, dan setelah selesai lapangan. Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum yaitu:

- a. Reduksi Data, dimana penulis merangkum, memilih hal-hal pokok kemudian difokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dari pokok permasalahan kemudian membuang yang tidak perlu.
- b. Penyajian Data, yaitu penyajian dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data maka akan memudahkan penulis untuk lebih memahami tentang apa yang terjadi dan menyusun perencanaan berdasarkan apa yang telah dipahami.

- c. Penarikan kesimpulan, Penarikan kesimpulan dilakukan dengan pola konfigurasi alur sebab-sebab dan berbagai proposisi dengan verifikasi temuan yang selanjutnya pada penarikan kesimpulan akhir.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Hasil Penelitian***

##### **1. Profil Pasar Lakawali**

Peningkatan jumlah pendapatan penduduk mendorong pada peningkatan daya beli masyarakat serta mutu dari produk yang diperjual belikan. Peningkatan pendapatan masyarakat telah merubah perilaku konsumen dalam berbelanja, seperti tuntutan akan kebersihan, kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja.

Pasar Lakawali merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur yang memiliki luas lahan  $\pm 1$  Ha. Pada mulanya pasar lakawali buka pada hari minggu karena pada tahun 1981 pasar Lakawali merupakan sentral dari seluruh daerah yang ada di Luwu Timur. Hari minggu merupakan hari yang dianggap paling tepat karena pada hari itu para karyawan libur dan disitulah para pedagang dapat mendagangkan dagangannya.

Seiring dengan berjalannya waktu, sarana dan prasarana daerah telah dibangun satu persatu salah satunya yaitu pasar. Setelah adanya pembangunan pasar di setiap daerah, pasar Lakawali bukan lagi sentral pasar dari setiap daerah karena target utama pasar lakawali adalah para karyawan yang bekerja disebuah perusahaan. Pada saat itulah jadwal pasar lakawali berubah menjadi hari rabu. Namun, buka dalam satu kali seminggu ternyata banyak para masyarakat dan pedagang yang meminta untuk ditambahkan harinya dan pemerintah daerahpun menetapkan bahwa pasar Lakawali beroperasi pada hari rabu dan sabtu yang dianggap sangat cocok untuk para pedagang dan konsumen. Pada tahun 1981

bersamaan dengan datangnya warga transmigrasi gelombang pertama di UPT Angkona II SP 1.<sup>44</sup>

## 2. Letak Geografis Pasar Tradisional Lakawali

Pasar Tradisional lakawali terletak di desa Lakawali Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur berdiri diatas tanah seluas kurang lebih 1 Ha, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Lakawali Pantai
- b. Sebelah utara berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- c. Sebelah barat berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- d. Sebelah timur berbatasan dengan lokasi pemukiman warga

Dengan melihat letak geografis pasar tradisional Lakawali tersebut diatas, maka diharapkan pasar ini dapat tumbuh berkembang sesuai dengan yang diharapkan bersama. Disamping itu, letak geografis pasar tradisional Lakawali ini sangat berdekatan dengan kawasan pertambakan dan perkebunan, dalam artian bahwa para penjual dan para pedagang yang ada khususnya pedagang ikan dan pedagang sayur akan dapat lebih mudah mengakses wilayah ini. Selain itu pasar Lakawali juga sangat mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat yang ada di wilayah sekitaran kota Malili.

### a. Luas Wilayah

Luas wilayah Desa Lakawali adalah 24,60 km<sup>2</sup> yang wilayahnya merupakan kategori wilayah dataran rendah dan dikelompokkan kedalam tipe ketinggian 0,00 – 25,00 MPDL (dari permukaan laut).

---

<sup>44</sup>Daryono (Sekretaris Desa Lakawali), “Wawancara” Pada tanggal 03 januari 2018 di Ruang Kepala Desa Lakawali.



### b. Keadaan Topografi

Secara Topografi, Desa Lakawali dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) wilayah dataran yaitu wilayah dataran rendah kering (daratan) yang terdiri dari 823 Ha atau 33,46% yang diperuntukan sebagai area pemukiman, sarana umum, perkebunan dan persawahan. Sedangkan sebagian besar sekitar 66,54% atau sama dengan 1637 Ha merupakan wilayah dataran rendah basah (perairan) yang diperuntukkan sebagai area perempangan/ tambak. Dengan kondisi topografi demikian, Desa Lakawali memiliki variasi ketinggian antara 0,00 m sampai dengan 1,75 m dari permukaan laut dengan temperatur suhu antara 20° - 35° C, berdasarkan penggunaan lahan dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Sawah	:	14 Ha	( 0,57%)
2) Empangan/Tambak	:	2023 Ha	(82,24%)
3) Kebun (Kakao/Kelapa/dll)	:	68 Ha	( 2,76%)
4) Hutan	:	-	-
5) Rawa	:	4 Ha	( 0,19%)
6) Pekarangan/Pemukiman/Fasilitas Umum:		341 Ha	(13,86%)

Jarak pusat Pemerintahan Desa ke Ibu Kota Kabupaten dan jarak ke Ibu Kota Kecamatan adalah 20 km, kemudian jarak pusat Pemerintahan Desa ke Pemerintahan Provinsi adalah 536 km, sedangkan jarak wilayah dusun terjauh adalah 1,5 km dan secara administratif wilayah Desa Lakawali terdiri dari 6 (enam) Dusun, yang meliputi 20 (dua puluh) RT (*peta desa terlampir*).

### c. Keadaan Iklim

Secara umum wilayah Indonesia dan khususnya daerah Kabupaten Luwu Timur merupakan wilayah beriklim tropis yang mana iklim tersebut terbagi dalam dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Kabupaten Luwu Timur wilayah yang memiliki curah hujan yang cukup tinggi, demikian halnya dengan Desa Lakawali. Berdasarkan Data Dinas Pertanian, Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Luwu Timur bahwa selama tahun 2014, rata-rata hari hujan per bulan sebanyak 16 hari. Bulan Juni memiliki jumlah hari hujan tertinggi hingga 22 hari dalam sebulan.

### d. Perekonomian Desa

Secara umum kondisi perekonomian desa Jambu di topang oleh beberapa mata pencaharian warga masyarakat dan dapat teridentifikasi kedalam beberapa bidang mata pencaharian, seperti: petani, buruh, petani, PNS/TNI/Polri, karyawan swasta, pedagang, wirausaha, pensiunan, buruh bangunan/tukang, peternak.

## 3. Visi dan Misi Desa Lakawali

### a. Visi

Terwujudnya pemerintahan desa yang baik dalam mewujudkan masyarakat desa Lakawali yang makmur sejahtera lahir dan batin

### b. Misi

1. Mewujudkan Pemerintahan yang baik,berwibawa berkualitas dan demokratis
2. Terpenuhinya Rasa Aman pada Masyarakat

3. Terciptanya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Peningkatan Usaha Pertanian Tambak, Perkebunan dan Perdagangan serta terbukanya Lapangan kerja secara mandiri
4. Mengoptimalkan Potensi yang ada sebagai Pusat pertumbuhan Ekonomi
5. Mengembangkan Nilai-nilai Budaya dan peningkatan Kualitas keimanan dan ketaqwaan masyarakat
6. Terpenuhinya pelayanan yang prima Kepada masyarakat
7. Pengembangan, peningkatan dan pemeliharaan sarana dan Prasarana.<sup>45</sup>

## ***B. Pembahasan***

Keberadaan pasar yang khususnya pasar tradisional merupakan salah satu indikator yang paling nyata di dalam kegiatan ekonomi masyarakat di suatu daerah atau wilayah. Keberadaan pasar disuatu daerah atau wilayah tentunya berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah tersebut.

Seperti keberadaan pasar tradisional di Desa Lakawali yang tentunya sangat berdampak terhadap desa Lakawali karena adanya Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dimana pendapatan tersebut di terima langsung oleh BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). Di pasar tradisional Lakawali, dalam setiap kali pasar pedagang yang menempati los pasar baik los basah maupun kering dikenai pajak sebesar Rp 2.000 setiap satu kali penjualan. Untuk para pedagang yang

---

<sup>45</sup>Muhammad Yamin, (Kepala Desa Lakawali), "Wawancara" Pada tanggal 03 januari 2018 di Ruang Kepala Desa Lakawali.

menempati kios, mereka memiliki hak milik dengan membayar kios tersebut seharga Rp 35.000.000. Untuk pajaknya sendiri mereka membayar karcis seharga Rp 2.000.

Setiap bulannya dana yang masuk ke BUMBES (Badan Usaha Milik Desa) sekitar Rp 2.000.000/ bulan. Dana yang masuk ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dimanfaatkan untuk dana operasional Rt, honor hansip, honor kader-kader Desa Lakawali, perbaikan sarana dan prasarana di Desa Lakawali, dan selebihnya disesuaikan berdasarkan kebutuhan.<sup>46</sup>

Pasar tradisional sendiri memiliki keunggulan tersendiri yaitu bersaing secara alamiah yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban tersendiri antara penjual dan pembeli, lokasinya yang strategis, area penjualan yang luas, harga yang rendah, dan keragaman jenis barang yang didagangkan merupakan keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh pasar tradisional.

Data yang terkumpul dari penelitian yang selama peneliti peroleh dari Desa Lakawali, kemudian dianalisis dan diolah untuk mendapatkan hasil penelitian.

#### 1. Gambaran Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Lakawali Sebelum Direnovasi

Pada umumnya pasar tradisional identik dengan fasilitas yang kurang memadai seperti kumuh, kotor, bau, sempit dan area parkir yang sempit. Hal-hal seperti itu tentunya sangat menghambat transaksi jual beli antara pedagang

---

<sup>46</sup>Erni Mahmudah "wawancara" Pada Tanggal 25 Januari 2018.

dengan para konsumen. Pada umumnya konsumen sangat membutuhkan adanya kenyamanan dan keamanan dalam melakukan transaksi agar hubungan antara penjual dan pembeli dapat terjalin dengan baik.

“Sebelum direnovasi fasilitas yang ada di pasar tradisional lakawali ini kurang memadai seperti stand yang kecil, atap bocor, bau, lorong yang sempit, dan tempat parkir yang kurang memadai, panas, dan kurang aman”.<sup>47</sup>

Fasilitas yang kurang memadai tentunya sangat berdampak terhadap kenyamanan konsumen dalam berbelanja sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pendapatan pedagang. Masyarakat yang ada di sekitaran desa Lakawali pada umumnya lebih memilih tukang sayur lewat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan harus berbelanja langsung kepasar tradisional Lakawali. Hal itu disebabkan karena kurang mendukungnya fasilitas yang ada di pasar tradisional Lakawali sehingga membuat masyarakat malas untuk berbelanja di pasar. Kurangnya konsumen yang berbelanja dipasar tradisional Lakawali tentu berdampak terhadap pendapatan pedagang.

Selain kurangnya konsumen yang berbelanja di pasar tradisional Lakawali, para pedagang sering mengalami kerugian yang disebabkan oleh fasilitas yang ada di pasar tradisional Lakawali kurang memadai.

“ketika cuaca buruk saya sering mengalami kerugian, stand yang saya tempati untuk berdagang mengalami kebocoran sehingga pakaian yang akan saya jual terkena noda dan melekat pada pakaian dan nodanya susah bahkan tidak bisa dihilangkan dan disitulah saya mengalami kerugian”.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Muhsin (Pedagang Pakaian) “Wawancara” pada tanggal 26 Desember 2018 di Pasar Tradisional Lakawali.

<sup>48</sup>Muhsin (Pedagang Pakaian) “Wawancara” Pada tanggal 26 Desember 2018 di Pasar tradisional Lakawali.

Hal yang sama juga dialami para pedagang sayur mereka membutuhkan tempat yang sedikit luas untuk menjajakan barang dagangannya agar para pedagang bisa nyaman dalam melakukan transaksi jual pembeli dan begitupun sebaliknya bagi para pembeli.

“Tempat yang kami tempati untuk berdagang rata dengan tanah sehingga seringkali barang dagangan kami terkena oleh lumpur dan bahkan terkadang barang kami sampai busuk akibat terendam oleh lumpur”.<sup>49</sup>

Adapun jumlah data pedagang pasar tradisional Lakawali yaitu:<sup>50</sup>

**Tabel 1.1**

NO	Jenis pedagang	Jumlah pedagang
1	Penjual pakaian	54
2	Penjual sepatu/ sandal	10
3	Penjual pecah belah	6
4	Penjual emas	3
5	Penjual sayur/rempah/buah	34
6	Penjual ikan/ayam/daging	21
7	Penjual lain-lain	82
8	Penjual makanan	22
	Total	232

Pedagang pasar tradisional lakawali dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios. Pedagang kios merupakan pedagang yang menempati bangunan kios pasar, sedangkan pedagang non kios merupakan pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios pasar yaitu los pasar, luar los pasar, dan dasaran pasar. Los pasar merupakan bangunan yang cukup panjang,

<sup>49</sup>Ernawati (Pedagang Sayur) “Wawancara” Pada tanggal 29 Desember 2018 di Pasar tradisional Lakawali.

<sup>50</sup>Data Diambil Dari Kantor Desa Lakawali kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur

tidak berdingding namun memiliki atap yang dibagi kedalam sejumlah petak dan dipergunakan pedagang untuk berdagang. Los pasar sendiri dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu los basah dan los kering. Kios ditempati oleh para pedagang eceran, campuran, pecah belah, dan bahan pokok. Los pasar kering ditempati oleh para pedagang pakaian, sayur, obat-obatan, dan sebagainya. Sedangkan los basah ditempati oleh pedagang ikan dan daging. Adapun pendapatan pedagang pasar tradisional Lakawali sebelum direnovasi yaitu sebagai berikut.<sup>51</sup>

**Tabel 1.2**

NO	Jenis Pedagang	Modal	Keuntungan	Keuntungan	Keuntungan
1	pedagang pakaian	Rp 40.000.000	Rp 1.300.000	Rp 1.250.000	Rp 1.500.000
2	pedagang sayur	Rp 5.000.000	Rp 600.000	Rp 550.000	Rp 600.000
3	pedagang pecah belah	Rp 15.000.000	Rp 1.200.000	Rp 1.100.000	Rp 1.200.000
4	pedagang ikan	Rp 10.000.000	Rp 1.200.000	Rp 1.300.000	Rp 1.300.000
5	pedagang bahan pokok	Rp 15.000.000	Rp 900.000	Rp 900.000	Rp 950.000
6	Pedagang Campuran	Rp 50.000.000	Rp 1.000.000	Rp 900.000	Rp 1.200.000

Para pedagang pasar tradisional Lakawali mengatakan bahwa pendapatan tersebut masih terbilang rendah karena mengingat pasar tradisional merupakan tempat para masyarakat sekitaran desa Lakawali untuk memenuhi kebutuhan. Fasilitas yang kurang memadai merupakan penyebab utama kurangnya

---

<sup>51</sup> Pedagang Pasar tradisional Lakawali

pendapatan pedagang yang dikarenakan kurangnya konsumen yang berbelanja di pasar tradisional Lakawali.

## 2. Gambaran Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Lakawali Setelah Renovasi

Pada umumnya pasar merupakan suatu tempat yang sangat dibutuhkan oleh semua kalangan. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Manusia membutuhkan sarana pasar untuk memenuhi kebutuhannya karena manusia merupakan makhluk sosial dan tidak bisa hidup sendiri.

Pasar merupakan sarana ekonomi yang merupakan wujud dari adaptasi manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungannya. Pada akhir-akhir ini muncul sebuah kebijakan pemerintah dengan membangun kembali pasar tradisional dengan merenovasi pasar tradisional.

Perkembangan pasar tradisional di Kecamatan Malili kabupaten Luwu Timur khususnya pasar tradisional lakawali akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari infrastruktur bangunan yang mulai di benahi satu persatu. Setiap desa yang memiliki pasar tradisional sendiri bahkan ada di desa tertentu yang memiliki lebih dari satu pasar daerah.

Kebijakan merenovasi pasar tradisional ini sendiri merupakan kebijakan yang sangat tepat yang diambil oleh pemerintah untuk tetap mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Adanya renovasi pasar tradisional ini, pemerintah kiranya dapat mengembalikan peran penting pasar tradisional untuk memasarkan



produk usahanya agar tidak kalah saing dengan pasar modern yang perkembangannya semakin pesat. Dalam kegiatan renovasi pasar tradisional ini pemerintah tidak hanya fokus dalam pembenahan fisik saja tetapi fokus juga terhadap pelayanan konsumen yang harus baik juga.

Pada tahun 2011 pasar lakawali mendapatkan Anggaran pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebesar Rp 1.089.680.000 untuk pembangunan los-los pasar yang digunakan pedagang untuk menjual pakaian. Selanjutnya, pada tahun 2012 pasar tradisional lakawali kembali melanjutkan pembangunan plataran pasar dan los-los pasar dengan dana sebesar Rp 396.194.000 yang diperoleh dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Tahun 2013 pasar lakawali kembali menambah bangunan pasar sebanyak 10 kios dan unit los dengan dana sebesar Rp 900.000.000 dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Dengan tahun yang sama pasar tradisional Lakawali kembali melanjutkan pembangunan 21 kios dengan dana sebesar Rp 100.111.000.000 dari Anggaran pendapatan dan Belanja Negara. Pada tahun 2015 dilakukannya penataan halaman pasar dengan dana sebesar Rp 149.800.000 dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Dan pada tahun 2016 pasar lakawali kembali membangun 20 unit kios dengan dana sebesar Rp 1.421.856.000 dari Dana Alokasi Khusus (DAK).<sup>52</sup>

Salah satu faktor dilakukannya renovasi pasar yaitu selain bangunan atau fasilitas pasar yang sudah tidak layak, pemerintah daerah juga ingin memberikan fasilitas yang baik kepada pedagang dan menertibkan pedagang yang ada dipinggir jalan untuk pindah berjualan di bangunan yang telah disediakan serta

---

<sup>52</sup>Erni Mahmudah (Kasi kesejahteraan Desa Lakawali) “Wawancara” pada tanggal 31 Desember 2018.

transaksi jual beli dapat terjadi sebagaimana mestinya. Dalam merenovasi pasar Lakawali pemerintah pastinya telah mendesain bentuk bangunan dengan perencanaan tata ruang, karena Dalam proses merenovasi juga harus memiliki perencanaan tata ruang yang harus dipertimbangkan secara matang baik dari segi aspek-aspek keserasian, keselarasan, dan keseimbangan fungsi.<sup>53</sup> Setelah direnovasi bangunan pasar tradisional Lakawali menjadi bangunan permanen seperti kios, los, toilet, dan mushola dan tentunya fasilitas yang tentu lebih baik dari sebelumnya.

“Setelah direnovasi pasar menjadi lebih nyaman dibandingkan dengan yang dulu dilihat dari segi kebersihannya pasar menjadi lebih bersih dibandingkan dengan yang dulu, los pasar yang dulunya becek dan sempit sekarang menjadi lebih layak dan lebar, tersedianya tempat parkir yang luas, dan kios pasar sudah tidak bocor lagi”.<sup>54</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang di pasar tradisional lakawali, Pedagang sangat merasakan dampaknya baik dari segi fasilitas maupun dari segi pendapatan. Dari segi fasilitas sendiri pedagang merasa lebih nyaman karena kios mereka tidak bocor lagi dan los semakin lebar. Setelah adanya renovasi pasar tradisional pendapatan para pedagang memang mengalami peningkatan karena letak lokasi yang baru, bersih, rapi, yang dulunya pasar tradisional lakawali secara lokasi tidak tertata dengan rapi dan kumuh sehingga menyebabkan banyaknya konsumen yang datang untuk berbelanja dipasar

---

<sup>53</sup>Daryono (Sekretaris Desa Lakawali) “wawancara” pada tanggal 31 Desember 2018.

<sup>54</sup>Supriatun (Pedagang Sayur) “wawancara” pada tanggal 02 Januari 2019.

tradisional Lakawali dari berbagai daerah. Begitu pula dengan tempat parkir yang disediakan lebih luas tentunya.

“Alhamdulillah setelah adanya renovasi pasar pendapatan yang saya dapatkan meningkat yang dulunya saya hanya mampu mendapat keuntungan Rp 600.000 dalam satu kali penjualan namun sekarang saya mampu memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.000.000 dalam setiap kali penjualan dan sebelum direnovasi saya sering mengalami kerugian karena barang dagangan sering terendam oleh lumpur namun sekarang hal tersebut tidak terjadi lagi karena setelah direnovasi bangunan los pasar menjadi lebih tinggi dan luas”.<sup>55</sup>

Pembangunan pasar tradisional Lakawali diharapkan dapat merubah kenyamanan konsumen berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dan hal tersebut terbukti dengan meningkatnya pendapatan para pedagang pasar tradisional lakawali. Adapun peningkatan pendapatan pasar tradisional Lakawali dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Ernawati (Pedagang Sayur) “Wawancara” pada tanggal 02 Januari 2019.

<sup>56</sup> Pedagang pasar tradisional Lakawali

**Tabel 1.3**

NO	Jenis Pedagang	Modal	Keuntungan	Keuntungan	Keuntungan
1	pedagang pakaian	Rp 40.000.000	Rp 2.500.000	Rp 2.700.000	Rp 3.000.000
2	pedagang sayur	Rp 5.000.000	Rp 900.000	Rp 950.000	Rp 1.000.000
3	pedagang pecah belah	Rp 15.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.500.000
4	pedagang ikan	Rp 10.000.000	Rp 2.000.000	Rp 2.500.000	Rp 3.000.000
5	pedagang bahan pokok	Rp 15.000.000	Rp 1.500.000	Rp 2.000.000	Rp 2.500.000
6	Pedagang Campuran	Rp 50.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.500.000	Rp 4.000.000

Menurut para pedagang di pasar tradisional Lakawali kenaikan pendapatan dimungkinkan karena pembeli merasa aman dan nyaman serta senang berbelanja dipasar tradisional lakawali ini karena memiliki fasilitas yang lengkap dan letaknya yang strategis. Selain hal itu, bertambahnya jumlah konsumen yang datang dari berbagai daerah juga merupakan salah satu penyebab keuntungan pedagang mengalami peningkatan.

Para pedagang merasa puas atas kebijakan pemerintah yaitu adanya renovasi pasar tradisional. Renovasi pasar tradisional merupakan cara yang tepat bagi kelangsungan transaksi jual beli di pasar tradisional yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh para pedagang dimana pendapatan mereka mengalami peningkatan dibandingkan sebelumnya sebelum adanya renovasi pasar tersebut. Dan rata-rata pendapatan pedagang meningkat setelah adanya renovasi pasar tradisional lakawali.

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pedagang pasar tradisional lakawali terdapat beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional Lakawali, yaitu:

#### a. Modal

Dalam menjalankan sebuah usaha yang dibutuhkan bukan hanya mengenai produk yang akan di perdagangkan untuk memperoleh keuntungan. Dalam hal ini modal merupakan indikator yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha yang akan kita jalankan. Jika di dalam suatu usaha kita tidak memiliki modal, maka bisnis yang akan kita lakukan tidak akan berjalan dengan baik. Dengan adanya modal, kita akan dapat menjalankan suatu bisnis yang dimana barang yang akan kita dagangkan akan menjadi milik pribadi, lain halnya dengan tanpa adanya modal kita tidak akan dapat memiliki barang dagangan secara pribadi. Namun dalam suatu usaha tidak menuntut kemungkinan bahwa barang yang akan kita dagangkan bukan milik pribadi

#### b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai tempat berlangsungnya jual beli antara konsumen dan produsen meliputi baik tidaknya keadaan pasar tersebut dan jenis pasar yang dapat mempengaruhi selera pembeli dan dapat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Pada umumnya konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar tradisional yang memiliki tingkat fasilitas yang baik sehingga fasilitas pasar yang kurang baik tentunya membuat minat konsumen berbelanja disuatu pasar akan berkurang. Begitupun sebaliknya jika fasilitas atau kondisi suatu pasar baik maka dengan

sendirinya akan mendatangkan banyak konsumen sehingga pendapatan pedagangpun akan meningkat.

c. Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, maka semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Tuntutan kebutuhan menyebabkan seorang harus bekerja banting tulang. Dalam hal ini dorongan atau motivasi dari keluarga maupun dari lingkungan sangat dibutuhkan oleh seorang pedagang karena ada saatnya keuntungan yang diperoleh tidak seperti apa yang diharapkan.

d. Keuletan bekerja

Keuletan dapat diartikan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dapat dijadikan sebagai bekal untuk meniti kearah kesuksesan dan keberhasilan. Dalam hal ini yang perlu di terapkan oleh seorang pedagang yaitu jangan pernah puas dengan hasil yang di peroleh saat ini, ketika kita sedang mengalami kebangkrutan kita harus tetap bertahan dan tidak mudah putus asa. Tetap dengan tujuan utama kita dan memperbaiki kesalahan yang mungkin telah kita lakukan.

e. Faktor Lain

Faktor lain yang dimaksud disini yaitu ada hal lain yang dilakukan oleh pedagang agar terlihat berbeda dari pada yang lain dan hal ini tentunya sangat menarik para perhatian konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara

mengiklankan barang dagangannya dengan cara yang berbeda seperti melalui sosial media maupun dengan cara mempromosikan barang dengan memberikan diskon pada pembelian barang yang lebih banyak atau memiliki kemasan tersendiri bagi konsumen yang telah membeli barang dagangannya sehingga pembeli lebih tertarik untuk membeli barang dagangan yang di jual.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Pedagang Pasar Tradisional Lakawali “Wawancara” pada tanggal 02 januari 2019 sampai dengan 12 Januari 2019.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pendapatan pedagang sebelum renovasi pasar tradisional terbilang rendah, hal itu disebabkan karena ketidaknyamanan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional Lakawali yang disebabkan oleh sempitnya arena pasar, bau, becek, pengap, dan masih banyak lagi. Para pedagang pun sering mengalami kerugian yang disebabkan oleh barang dagangan mereka terendam oleh lumpur bahkan noda yang menempel pada pakaian yang disebabkan oleh kebocoran pada atap sulit untuk dihilangkan sehingga banyak pedagang yang mengalami kerugian. Namun setelah pasar direnovasi fasilitas pasar menjadi lebih baik dan bangunan pasar telah bersifat permanen. Los pasar yang dulunya sempit sekarang menjadi lebih luas, lorong pasar yang dulunya becek namun sekarang telah menjadi lorong pasar yang nyaman untuk dilewati, area parkir telah tersedia, Setelah adanya renovasi pasar tradisional Lakawali dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang mengalami kenaikan dibandingkan sebelum pasar tradisional Lakawali direnovasi.
2. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar tradisional Lakawali diantaranya yaitu modal, kondisi pasar, motivasi, keuletan bekerja, dan faktor lain yang berupa pengiklanan akan suatu barang maupun kemasan barang.



## **B. *Saran***

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya meliputi:

1. Bagi Pemerintah Daerah kiranya dapat mempertahankan eksistensi pasar tradisional dan tetap melanjutkan renovasi pasar-pasar tradisional yang ada guna melancarkan transaksi jual beli yang dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat baik sebagai pedagang maupun sebagai konsumen.
2. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk lebih luas subjek penelitiannya, tidak hanya pada beberapa pedagang pasar tradisional saja melainkan pedagang yang dipasar tersebut.

## Daftar Pustaka

### Buku

- A. Karim Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, Cet. III; Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2007.
- Ghofur Abdul, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Cet. I; Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Karya Agung Surabaya, Ed. Revisi, 2006.
- Mursid, M, *Manajemen Pemasaran*, Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Riani, Asri Laksmi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kini*, Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Saputra, Yulius Eka Agung dan Joko Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Cet. I; Yogyakarta: Ekuilibra, 2016.
- Setianingrum, Ari, dkk, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Yogyakarta, Andi, 2015.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Ed. I; Yogyakarta: CV Andi Offist, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cet. VII; Alfabeta, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cet. V; Bandung: Alfabeta, 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan dan R&D*, Cet. XX; Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Cet. XXIV; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Yulius Eka Agung Saputra, Yulius Eka Agung Saputr, dan Sutrisno, joko, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Cet. I; Yogyakarta: Ekuilibra, 2016.

## Skripsi

Ferliana, Veka, *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Khoisiah, *Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan Kopang Lombok Tengah*, Universitas Muhammadiyah Mataram, Lombok Tengah, Vol. 1, No.2, 2017.

Masitoh, Hidayatul, *Public Private Partnership (PPP) Pengelolaan Aset Daerah*, Departemen Ilmu Administrasi, Universitas Airlangga, 2014, Vol.2. No. 1.

Nikmah, Rohmatun, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Pembeli di Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo*, Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember, 2015.

Paramita Mirah Pradaya dan Ketut Ayuningsari, *Efektivitas dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Paninjoan*, Ekonomi Pembangunan, Universitas Udayana, 2013.

Prasatia, Adek, Saandika, *Analisis Tingkat pendapatan pedagang kaki lima di sekitar kawasan wisata pantai kuta Lombok*, University Of Muhammadiyah Malang, 2017.

Romadhan, Asep Syahri, *Faktor-Faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupatenn Kampar*, Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2007. Vol. 4, N0. 1.

Rosyidi, Humam Mujahidin Ar, *Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Sukoharjo dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelanggan*, Ilmu Pemerintahan, Universitas Diponegoro, Semarang: 2016.

Sondakh, Ernia, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Beras dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Di Kota Manado*, ASE-vol. 12. No. IA, Maret 2016.

Wijayanti, Wiwik, *Pengaruh Revitalisasi Pasar Rakyat Terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam*, Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, 2017.

Zunaidi, Muhammad, *Kehidupan Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern*, IAIN Sunan Ampel, 2013.

### **Website**

<https://dokumen.tips/dokumen/konsep-pasar-dalam-ekonomi-Islam-ppt.html>.

<http://www.ilmudasar.com/2017/08/pengertian-ciri-kelebihan-dan-kekurangan-pasar-persaingan-sempurna-adalah.html>.

<https://ekoprasetio594.wordpress.com>.

<https://ekoprasetio594.wordpress.com>, 30 Desember 2013.

<https://forum.teropong.id/2017/10/12>.

<https://maulidilham.wordpress.com/2017/12/06>.

<https://salamadian.com/pengertian-contoh-pasar-oligopoli/>

[www.Hestanto.web.id](http://www.Hestanto.web.id). *Teori Pendapatan Ekonomi*. 04 Maret 2018.

### **Wawancara**

Daryono (Sekretaris Desa Lakawali), “Wawancara” Pada tanggal 03 januari 2018 di Ruang Kepala Desa Lakawali.

Ernawati (Pedagang sayur) “Wawancara pada tanggal 29 desember 2018 dipasar tradisional Lakawali.

Hardi, Mustam (pedagang pakaian) “wawancara” pada tanggal 12 januari 2019 di Pasar Tradisional Lakawali.

Hasmida (pedagang Pecah Belah) “wawancara” pada tanggal 05 januari 2019 di Pasar Tradisional Lakawali

Mahmudah, Erni, (Kasi kesejahteraan Desa Lakawali) “Wawancara” pada tanggal 31 Desember 2018.

Muhsin (Pedagang Pakaian) “Wawancara” pada tanggal 26 Desember 2018 di Pasar Tradisional Lakawali.

Salwati (pedagang ikan) “wawancara” pada tanggal 09 januari 2019 di Pasar Tradisional Lakawali.

Sukawati (Pedagang Campuran) “Wawancara” pada tanggal 05 januari 2019 di Pasar Tradisional Lakawali.

Sukri (pedagang bahan pokok makanan) “wawancara” pada tanggal 09 januari 2019 di Pasar Tradisional Lakawali.

Supriatun (Pedagang Sayur) “wawancara” pada tanggal 02 januari 2019.

Yamin, Muhammad, (Kepala Desa Lakawali), “Wawancara” Pada tanggal 03 januari 2018 di Ruang Kepala Desa Lakawali.