BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Sedangkan sebagai pusat kebudayaan merupakan sarana tempat terjadinya interaksi antara warga, masyarakat, sebagai tempat pembauran dan pusat informasi.[1] Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar, untuk itu al-Qur'an memberikan pencerahan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah rambu dan peraturanya, dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu ataupun berkelompok. Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.[2]

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat al-Furqon ayat 20:[3]

وَمَآ اَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِيْنَ اِلَّآ اِنَّهُمْ لَيَأْكُلُوْنَ الطَّعَامَ وَيَمْشُوْنَ فِى الْاَسْوَاقِۗ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً ۗاَتَصْبِرُوْنَۚ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيْرًا

Artinya: "Dan kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar, dan kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain.

[1] Christine S.T Kansil, *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan,* (Jakarta: Pradnya Pramita, 2000), h.284

[2] Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006) hlm. 158

[3] Surat Al-Furqon ayat 20

Maukah kamu bersabar? Dan adalah Tuhanmu Maha Melihat". (QS. Al-Furqon: 20)

Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu.[4] Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.[5] Pasar adalah pemenuhan kebutuhan pokok yang sangat mendasar dalam bentuk barang dan jasa, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Masyarakat di daerah sangat membutuhkan pasar tradisional daripada pasar modern, karena pasar tradisional tersebut sebagai salah satu tempat pendistribusian hasil lahan pertanian dan perkebunan untuk meningkatkan perekonomian mereka, sehingga pasar tradisional sangat berperan aktif dalam perekonomian di Indonesia, sebagaimana yang dirasakan oleh Kabupaten Agam, dengan pasar tradisionalnya , salah satu pasar tradisional yang cukup berperan memberi kontribusi terhadap peningkatan pendapatan nagari adalah pasar nagari Padanglua yang memiliki potensi ekonomi sangat besar baik bagi masyarakat petani maupun pemerintahan Nagari. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Agam No. 12 tahun 2007 tentang Pemerintahan Nagari pasal 92 menyatakan bahwa pasar nagari merupakan salah satu kekayaan nagari, kekayaan nagari merupakan barang bergerak dan barang tidak bergerak yang dicatat dalam buku inventaris nagari dan

[4] Philip Kotler, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran,* Edisi Kesebelas Jilid 1, (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2005), h. 157

[5] Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT. Krisna Persada, 2005), h. 4

dimanfaatkan untuk penyelenggaraan pemerintah nagari.[6] Untuk meningkatkan pasar tradisional telah tercantum dalam Peraturan Daerah Kabupaten Agam No. 1 tahun 2014 tentang Pengelolaan pasar serta rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Perindustrian Perdagangan tahun 2010-2015.[7]

Sedangkan dilihat dari segi non fisik pasar ini menguntungkan dan mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitar,karena pasar ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan,serta juga merupakan asset Nagari yang dapat meningkatkan pendapatan asli Nagari yang harus dijaga dan dikelola dengan baik. Pemerintah daerah maupun pengurus pasar selaku memberikan pelayanan publik harus memblok keputusan untuk dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat pasar di bidang ekonomi. Pasar dapat dikatakan sebagai penyedia langsung kebutuhan harian masyarakat, dan berbagai interaksi di dalamnya yang melibatkan unsur pemerintah, swasta, dan masyarakat (pedagang dan pembeli). Kondisi ini menegaskan bahwa pasar merupakan salah satu kontributor yang cukup signifikan bagi pelaksanaan pembangunan di daerah.

Pasar tradisional Padanglua sebagai salah satu sumber pendapatan pemerintah nagari. Karena pasar Padanglua merupakan pasar nagari yang dikelola oleh anak nagari. Dimana pasar tersebut didirikan berdasarkan

[6] Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pemerintahan Nagari* Bab VIII Pasal 92

[7] Peraturan Daerah Kabupaten Agam *Tentang Pengelolaan Pasar*

kesepakatan ninik mamak 7 pasukuan yang ada di nagari Padanglua. Semakin banyak retribusi yang diperoleh dari pasar maka semakin banyak dana yang akan didapatkan oleh nagari.

Tabel 1.1

Pendapatan Pasar Nagari Padanglua

No	KETERANGAN	JUMLAH
	PENDAPATAN	
A.	**Pendapatan Pungutan / Retribusi**	**80.655.500**
1.	Retribusi sayur / beo	18.391.500
2.	Retribusi TPR	9.867.000
3.	Beo pasar / retribusi K3	36.585.000
4.	Retribusi timbangan	940.000
5.	Retribusi meja	3.668.000
6.	Administrasi	725.000
7.	Pendapatan WC	4.109.000
8.	Retribusi kentang/ bawang	200.000
9.	Los UKM	1.700.000
10.	Los WBC	2.910.000
11.	Depan los lobak	1.560.000
B.	**Pendapatan Bulanan**	**26.360.000**
1.	Sewa los inpres	5.040.000
2.	Sewa kios inpres	2.400.000
3.	Sewa los langkok / Blok C	4.200.000
4.	Sewa tanah pasar	400.000
5.	Sewa tenda lobak bungo	6.020.000
6.	Sewa los lobak	1.200.000
7.	Sewa los pakan tangah	1.205.000
8.	Sewa los Blok D	900.000
9.	Sewa kios penampungan	500.000
10.	Sewa los bak air	200.000
11.	Retribusi listrik	1.135.000
12.	Los baru / los tomat	2.160.000
C.	**Pendapatan Tahunan / Kontrak**	**7.600.000**
1.	Kios samping rumah potong	600.000
2.	Kios belakang (Kios 11)	-
3.	Kios deretan kantor	-
4.	Kios depan stasiun	-
5.	Kios pasar atas	-

6.	Kios dibawah kantor	7. 000.000
7.	Pasar pabukoan	-
8.	Gudang rumah potong	-
D.	**Pendapatan lain-lain**	**1.475.000**
E.	**Pendapatan Mobil Truk**	**1.000.000**
	JUMLAH	**118.090.500**

Tabel 1.2

Pendapatan Nagari dari Pengelolaan Pasar

Tahun	Jumlah
2017	Rp. 40.100.000
2018	Rp. 45.000.000
2019	Rp. 47.325.000
2020	Rp. 33.450.000
2021	Rp. 33.450.000

Sumber : Arsip Kantor Pasar Padangluar

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait hal tersebut dengan judul **"Analisis Kebijakan Pemerintah Nagari dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pendapatan Nagari (Studi Kasus Pasar Padang luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan dalam latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Peran pasar sebagai salah satu sumber pendapatan nagari.

2. Potensi pasar nagari Padanglua dalam meningkatkan pendapatan nagari.
3. Tidak adanya bantuan pemerintah dalam perluasan pasar nagari Padanglua

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang diatas dan begitu luasnya masalah serta disebabkan karena keterbatasan biaya, dana dan waktu, maka penulis membatasi penelitian ini pada Kebijakan Pemerintah Nagari dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Pendapatan Nagari.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu : Bagaimana Kebijakan Pemerintah Nagari dalam Pengembangan pasar tradisional untuk meningkatkan pendapatan nagari?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kebijakan Pemerintah nagari dalam pengembangan pasar untuk meningkatkan pendapatan nagari.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi peneliti sendiri sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan awal bagi peneli berikutnya dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan konsumen pada pasar tradisional.

c. Penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pentingnya kebijakan pemerintah dalam pengembangan pasar tradisional

F. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kesulitan dalam memahami judul penulis maksud, maka penulis akan menjelaskan kata-kata berikut :

Analisis	penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antara bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.[8]
Kebijakan	upaya memecahkanproblem social bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat.[9]
Pengembangan	kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu guna memperbesar

[8] Sigit Winarno, dan Sujana Esmaya, *Kamus Besar Ekonomi,* (Bandung: Pustaka Grafika, 2003), hal.26

[9] Noeng Muhadjir, *Ilmu Pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif.* (Yogyakarta: Raka Sarasin, 2000, hal. 15

	kemungkinan untuk meningkatkan kinerjanya.[10]
Pasar Tradisional	pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN, BUMD dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dll dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar.[11]
Pendapatan	semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu.[12]

Penjelasan dari judul diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian Analisis Kebijakan Pemerintah Nagari Dalam Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Pendapatan Nagari yaitu merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah nagari dalam mengelola pasar tradisional sehingga dapat berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh nagari.

[10] Angkasawati, *Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec.Boyolangu Tulungagung*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 14 No. 1, 2021, Universitas Tulungagung

[11] Toti Indrawati, *Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru,* Jurnal Ekonomi, Vol. 22 No. 1, 2014, Universitas Riau

[12] Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 621

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kebijakan

1. Kebijakan Publik

Istilah kebijakan atau policy dipergunakan untuk menunjuk perilaku seorang actor (misalnya seorang pejabat, suatu kelompok, maupun suatu badan pemerintah) atau sejumlah aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu. Pengertian kebijakan seperti ini dapat kita gunakan dan relatif memadai untuk keperluan pembicaraan-pembicaraan biasa, namun menjadi kurang memadai untuk pembicaraan-pembicaraan yang lebih bersifat ilmiah dan sistematis menyangkut analisis kebijakan publik. Sedangkan kata publik sendiri sebagian mengartikan Negara. [13]

Namun demikian, kebijakan publik merupakan konsep tersendiri yang mempunyai arti dan defenisi khusus. Defenisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu defenisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa secara luas kebijakan publik dapat didefenisikan sebagai "hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya".

Kebijakan dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan UU, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi / social masyarakat. Karena kebijakan itu merupakan

[13] Tatik Setyorini, *Kebijakan PEMKAB Bantul dalam Menangani Menjamurnya Toko Modern*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2011

tindakan dan keputusan pemerintah maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah. [14]

Selain defenisi tersebut, Amara Raksasataya mengemukakan kebijakan sebagai suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu suatu kebijakan memuat tiga elemen yaitu:

1. Identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai
2. Taktik atau strategi dari berbagai langkah untuk mencapai tujuan yang diinginkan
3. Penyediaan berbagai input untuk memungkinkan pelaksanaan secara nyata dari taktik atau strategi.

Kebijakan publik yang sesuai dengan Islam adalah kebijakan umum yang melahirkan kemaslahatan atau kesejahteraan rakyat. Dengan pilar utama terpenuhinya tujuan syariah (maqashid syariah).

Kebijakan publik setidaknya memiliki tiga dimensi yang saling bertautan , yakni sebagai tujuan (objective), sebagai pilihan tindakan yang legal atau sah secara hokum (authoritative choice), dan sebagai hipotesis (hypothesis).

1. Kebijakan publik sebagai tujuan

Kebijakan publik pada akhirnya menyangkut pencapaian publik. Artinya, kebijakan publik adalah serangkaian tindakan pemerintah yang

[14] Taufiqurakhman, *Kebijakan Publik, (Jakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Universitas Moestopo Beragama (Pers), 2014), hal. 05

didesain untuk mencapai hasil-hasil tertentu yang diharapkan oleh publik sebagai konsituen pemerintah.

2. Kebijakan publik sebagai pilihan tindakan yang legal

Pilihan tindakan dalam kebijakan bersifat legal atau otoritatif karena dibuat oleh lembaga yang memiliki legitimasi dalam sistem pemerintahan. Keputusan itu mengikat para pegawai negri untuk bertindak atau mengarahkan pilihan tindakan atau kegiatan seperti menyiapkan rancangan undang-undang atau peraturan pemerintah untuk dipertimbangkan oleh parlemen atau mengalokasikan anggaran guna mengimplementasikan program tertentu.

3.Kebijakan publik sebagai hipotesis

Kebijakan dibuat berdasarkan teori, model atau hipotesis mengenai sebab dan akibat. Kebijakan-kebijakan senantiasa bersandar pada asumsi- asumsi mengenai prilaku. Kebijakan selalu mengandung insentif yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu. Kebijakn juga selalu memuat disensetif yang mendorong orang tidak melakukan sesuatu. Kebijakan harus mampu menyatukan perkiraan-perkiraan mengenai keberhasilan yang akan dicapai dan mekanisme mengatasi kegagalan yang mungkin terjadi.

Dalam kaitanya dengan definisi-definisi tersebut di atas maka dapat disimpulkan beberapa karakteristik utama dari suatu definisi kebijakan publik.

Pertama, pada umumnya kebijakan publik perhatiannya ditujukan pada tindakan yang mempunyai maksud atau tujuan tertentu daripada prilaku yang berubah atau acak.Kedua, kebijakan publik pada dasarnya mengandung bagian atau pola kegiatan yang dilakukan oleh pejabat pemerintah daripada keputusan yang terpisah-pisah. Ketiga, kebijakan publik merupakan apa yang sesungguhnya dikerjakan oleh pemerintah dalam mengatur perdagangan, mengontrol inflasi, atau menawarkan perumahan rakyat, bukan apa yang dimaksud dikerjakan atau akan dikerjakan. Keempat, kebijakan publik dapat berbentuk positif maupun negatif. Secara positif, kebijakan melibatkan beberapa tindakan pemerintah yang jelas dalam menangani suatu permasalahan, secara negatif, kebijakan publik dapat melibatkan suatu keputusan pejabat pemerintah untuk tidak melakukan suatu tindakan atau tidak mengerjakan apapun padahal dalam konteks tersebut keterlibatan pemerintah amat diperlukan.Kelima, kebijakan publik paling tidak secara positif, didasarkan pada hukum dan merupakan tindakan yang bersifat memerintah.

2. Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan dan disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika *topdown*, maksudnya menurunkan atau menafsirkan alternatif-

alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro.

Fungsi implementasi kebijakan adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memungkinkan tujuan atau sasaran kebijakan Negara diwujudkan sebagai suatu *outcome*. Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik. Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas.

Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan kurang. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, maka ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program-program atau melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan tersebut. Kebijakan publik dalam bentuk undang-undang atau Peraturan Daerah adalah jenis kebijakan yang memerlukan kebijakan publik penjelas atau sering diistilahkan sebagai peraturan pelaksanaan. Kebijakan publik yang bisa langsung dioperasionalkan antara lain Keputusan Presiden, Instruksi Presiden, Keputusan Menteri, Keputusan Kepala Derah, Keputusan Kepala Dinas, dll. Secara khusus kebijakan publik sering dipahami sebagai keputusan pemerintah.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan sesungguhnya bukan sekedar berhubungan dengan penerjemahan pertanyaan kebijakan (policy statement). Dalam aktifitas implementasi terdapat berbagai faktor-faktor yang akan mempengaruh terlaksananya kegiatan atau kebijakan tesebut.

a. Komunikasi.

   Keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan haru ditransmisikankepada kelompok sasaran (target group) sehingga akan mengurangi distorsi implementasi.

b. Sumberdaya.

   Walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumberdaya tersebut dapat berwujud sumberdaya manusia, maupun sumberdaya non manusia.

c. Disposisi.

   Disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis.

d. Struktur birokrasi.

Struktur birokrasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan.

B. Pasar

1. Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia[15]. Pasar terdiri dari konsumen/pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transasksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu

[15] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal.301

melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

Pasar merupakan aktivitas pembentukan harga dari suatu barang yang terjadi melalui mekanisme tertentu. Mekanisme pasar terjadi apabila penawaran dan permintaan saling berinteraksi secara otomatis tanpa adanya intervensi dan distorsi dari pihak manapun. Pada mekanisme pasar, pasar dapat memberikan informasi secara lebih tepat mengenai harga-harga serta seberapa besarnya permintaan jenis barang. Pasar juga memberikan rangsangan kepada pengusaha untuk mengembangkan kegiatan mereka, sebab keadaan pasar terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi dan jumlah penduduk yang akan mempengaruhi perubahan pasar. Sehingga sistem ini akan memberikan kebebasan yang lebih tinggi terhadap masyarakat dalam hal perekonomian, salah satunya adalah dunia perdagangan.[16]

Sekalipun Islam mengakui kebebasan dan peran mekanisme harga dalam mendorong efisiensi, namun tidak menganggap kekuatan pasar sebagai sakralitas. Operasi pasar diperlukan untuk memberikan imbangan pada usaha- usaha yang secara sosial produktif, menghapuskan eksploitasi atau membantu yang lemah dan yang membutuhkan, karena itu, perlu tanggung jawab negara untuk

[16] Sadono Soekirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hal.42

menjamin realisasi maqashid ini. Pemerintah negara perlu menggunakan kekuasaannya untuk merealisasi kemaslahatan umat negara sebagai kegiatan ekonomi harus mengoperasikan fungsinya dan melakukan berbagai kebijakan dalam mekanisme pasar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya intervensi harga, seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Namun, pasar di sini mengharuskan adanya moralitas dalam kegiatan ekonominya, antara lain persaingan yang sehat (fair play), kejujuran (honesty), keterbukaan (transparancy), dan keadilan (justice). Jika nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan dalam ekonomi Islam untuk menolak harga yang terbentuk oleh mekanisme di pasar[17]

Menurut Wiliam J Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya, dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu :

a. Orang dengan segala keinginannya
b. Daya beli mereka
c. Tingkah laku dalam pembelian mereka.[18]

[17] Rani HapasariKusuma Asri, *Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Pasar Tradisional dan Pasar Modern*,(Bandar Lampung : Skripsi Universitas Lampung, 2010), hal.63

[18] Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010), hal.25

Dalam arti luas pasar adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen, produsen, merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi, serta juga merupakan sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan produsen. [19]

Dalam islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya, konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk Muslim tetapi juga non-Muslim. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan praktik kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibn Taimiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah :

1) Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2) Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas mustahib adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informasi secara sempurna diterima oleh para pelaku pasar.

[19] Hendry Faizal, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal.104

3) Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistik ini mulai muncul.
4) Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5) Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.
6) Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang dan mengukur, dan niat yang buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudian dan lain-lain.[20] Para ahli ekonomi membedakan mekanisme pasar pada tiga bentuk, yaitu :

a. Sistem Ekonomi Pasar Bebas

Pasar memainkan peranan penting dalam system ekonomi bebas. Dalam sistem ini, pasarlah yang menentukan jenis dan jumlah komoditi yang akan diproduksi. Konsumen juga merupakan faktor yang sangat menentukan keberadaan pasar. Konsumen akan menentukan barang dan jasa yang mereka kehendaki. Di sinilah terjadi saling ketergantungan antara pengusaha dan konsumen.

[20] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen Negara, dan Pasar),* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal.156

Dalam sistem perekonomian pasar, keinginan konsumen sangat penting peranannya dalam menentukan corak kegiatan ekonomi. Keinginan konsumen akan memberikan petunjuk kepada perusahaan-perusahaan dalam menentukan jenis barang dan jasa yang perlu diproduksikan di pasar. Dengan kata lain, keinginan konsumen akan menjawab persoalan pokok yang pertama, yaitu barang apakah yang perlu diproduksikan di pasar

b. Sistem Perekonomian Perencanaan Pusat

Dalam sistem perencanaan pusat, penentuan corak kegiatan ekonomi dan jenis barang yang akan diproduksi sepenuhnya ditentukan oleh pemerintah dan diatur oleh perencanaan pusat. Kegagalan Negara-negara komunis dalam membangun ekonominya dan keruntuhan sistem tersebut pada akhir tahun 1980-an dan permulaan tahun 1990-an, membuktikan bahwa sistem tersebut bukanlah pilihan yang baik menggantikan sistem pasar.

c. Sistem Ekonomi Campuran

Kebanyakan Negara kegiatan ekonominya diatur dan ditentukan oleh sistem pasar. Akan tetapi, secara langsung dan tidak langsung pemerintah ikut campur di dalam berbagai kegiatan ekonomi. Dari beberapa kegagalan mekanisme pasar, memunculkan kebutuhan campur tangan pemerintah dalam

memperbaiki pengaturan kegiatan ekonomi. Campur tangan pemerintah mempunyai tujuan, yakni:

a) Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan harga yang murah.

b) Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan besar yang dapat memengaruhi pasar, agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.

c) Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan dan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.

2. Peran Pasar dalam Pandangan Islam

1) Perdagangan Islam

Agama Islam merupakan sebuah agama yang sangat sempurna yang tentu mengatur semua aspek dalam kehidupan, dalam hal berdagang juga diatur dalam agama islam yaitu tentang cara berdagang yang baik dan sesuai aturan islam. Seorang pedagang tujuannya untuk mencari keuntungan yang sangat besar. Namun, berdasarkan pandangan ekonomi Islam, tidak hanya mencari keuntungan saja tetapi mengharap keberkahan. Keberkahan dalam melakukan usaha adalah sebuah kemantaban

dari suatu usaha yang dilakukan dengan beberapa keuntungan yang diperoleh yang diridhai Alloh SWT dan termasuk hal yang wajar.[21]

Jika ingin mendapatkan keberkahan dalam jual beli, Islam menganjurkan untuk menerapkan prinsip moral sehingga dapat mencerminkan akhlak sebagai seorang pedagang, sebagai berikut:

a. Berdagang barang haram itu dilarang

b. Bersikap tidak melakukan kecurangan, amanah, dan jujur

c. Haram riba dan bersikap adil

d. Tidak boleh menyembunyikan cacat pada barang

e.Berdagang merupakan bekal untuk menuju akhirat itu merupakan prinsip yang harus dipegang oleh pedagang

f. Bermurah hati dan longgar

g. Larangan dalam monopoli dan menerapkan rasa kasih saying.

Pada agama Islam, pasar ditempatkan sebagai lokasi perniagaan yang sah, dan umumnya adalah mekanisme perdagangan yang sudah ideal. Gambaran pada sistem pasar islami merupakan sebuah pasar yang didalamnya persaingan dilakukan secara sehat dan di balut nilai-nilai moralitas. Moralitas dan nilai Islam secara garis besar ada dua yaitu:

a. Yang berlaku bagi seluruh masyarakat merupakan norma yang sifatnya umum

[21] Burhanudin Salam, Etika Individual Pola Dasar Filsafat Moral, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000) hlm. 202.

b. Yang berlaku untuk masyarakat muslim merupakan norma yang sifatnya khas

2) Peran Pasar pada Kegiatan Ekonomi

Pasar adalah sebuah sarana untuk transaksi ekonomi yang seimbang, dikarenakan secara praktis ataupun teoritis, agama Islam telah menciptakan situasi pasar dalam bingkai nilai ekonomi Islam meskipun persaingan tetap ada. Dalam Islam muslim dilarang untuk melakukam produksi atau konsumsi barang yang haram dan hanya diperbolehkan untuk memproduksi atau mengkonsumsi barang yang halal. Orang muslim terikat pada nilai konsisten dan kesederhanaan dalam pemenuhan kebutuhannya. Kriteria orang muslim dengan adanya norma- norma ini berfungsi sebagai pengendali secara otomatis terhadap pelaku pasar. Pada konsep agama Islam juga memahami jika pasar bisa mempunyai peran yang efektif pada kehidupan ekonomi apabila prinsip dalam persaingan yang bebas bisa berlaku secara efektif.

3) Peran Pasar pada Distribusi Jasa Dan Barang

Keadilan distribusi barang dan jasa bisa terwujud jika terdapat distribusi pendapatan atau kekayaan. Hal tersebut karena pada pasar persaingan sempurna dan pasar terbuka tiap-tiap individu selalu tinggi dalam setiap cadangan pengeluaran. Hal tersebut pastinya juga rusak jika sistem monopoli diterapkan di pasar, para konsumenpun tidak punya daya dengan level sama. Hal

tersebut disinyalir menurut Ibnu Taimiyah bahwa anjuran bagi penjual untuk menjual sesuatu berdasarkan harga yang ditentukan sendiri-sendiri. Hal tersebut sesuai dengan yang ada di Al-Quran yaitu transaksi dalam perdagangan diharuskan dilaksanakan berdasarkan "taraadin" maksudnya harga secara mandiri ditentukan dan atas dasar kerelaan dari kedua pihak yaitu pembeli dan penjual. Dalam pasar Islam tidak ada kepentingan yang relatif hanya pada barang-barang tertentu saja, karena pendapatan dan kekayaan harus didistribusikan secara optimal dan normal diantara setiap anggota pada suatu komunitas, selanjutnya instrumen harga menggiring pengklasifikasian konsumen dalam hal kemampuan daya belinya. Oleh sebab itu seharusnya pendistribusian jasa dan barang juga dibatasi besarnya oleh instrumen harga pasar.

Ada sesuatu hal yang sangat menarik dari kitab Al-Kharaj yang disampaikan oleh Abu Yusuf bahwa murah ataupun mahalnya suatu komoditas tidak dapat ditetapkan pasti, yang mana harga barang mahal bukanlah diakrenakan barang itu langka ataupun harga yang murah tidak hanya ditentukan karena saat barang melimpah. Jadi berdasarkan pernyataan dari beliau bahwa: "harga murah atau mahal itu merupakan ketentuan dari Allah, yang terkadang suatu barang sedikit tapi mahal dan kadang juga barang banyak tetapi harga juga mahal."

4) Peran Pasar pada Efisiensi Produksi

Pembatasan dan kontrol pada faktor produksi pada tatanan nilai-nilai Islam juga memanfaatkan instrument dari harga pasar. Konsumen di pasar akan membayarkan berbagai macam produk yang telah di hasilkan dalam hal ini instrumen harga berperan dalam mengarahkan tingkat efisiensi bahan baku pada proses produksi. Pada konsep ini harga produk yang telah dibayarkan oleh pelanggan itu mewakili besarnya ongkos produk yang dibutuhkan. Prediksi keuntungan yang nantinya akan didapat merupakan hal yang sangat dikaitkan oleh investor dan produsen ketika memproduksi jasa dan barang. Volume permintaan sangat mempengaruhi harga suatu produk dan secara otomatis merangsang produsen dalam menambah jumlah produk yang dijual di pasar. Pada sisi yang lain, apabila harga mengalami penurunan maka produsen juga mengurangi jumlah produksinya, baik segi kualitas atau kuantitas bisa dilakukan dengan merubah bahan baku produk yang semula kualitas tinggi ke kualitas yang lebih rendah.

5) Peran Pasar Dalam hal Distribusi Pendapatan

Pada hukum penawaran dan permintaan di pasar mempunyai peran yang sangat penting ketika menentukan pendapatan. Hal tersebut dikarenakan harga yang sedang berlaku adalah alat tukar atas penggunaan beragam produk atau jasa itu mempresentasikan atas pendapatan yang diperoleh. Konsep yang lainnya juga

memanfaatkan harga sebagai penentu nilai dari barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan begitu tiap-tiap pendapatan yang diterima juga berlaku insentif dari kepemilikan atas faktor- faktor produksi. Sebagai penjelasan yang lebih lanjut tentang harga dari faktor-faktor produksi dapat dijelaska yaitu:

a. Pasar berperan untuk menentukan tingkat pengembalian hasil lahan

b. Pasar berperan untuk menentukan seberapa besar upah

c. Pasar berperan untuk menentukan keuntungan yang diperoleh[22]

3. Prinsip Pasar dalam Islam

Fungsi pasar sangat penting tidak hanya untuk tempat jual beli dan hanya dari fisiknya saja, tetapi norma, aturan juga sangat perlu diketahui. Dengan adanya fungsi itu, pasar menjadi rentan pada beberapa kecurangan dan suatu perbuatan yang mendzolimi orang lain. Dikarenakan pasar mempunyai fungsi yang sangat penting dan juga rentan pada hal dzalim, maka dari itu pasar tidak lepas dari aturan-aturan Islam, yaitu tentang transaksi di pasar dan pembentukan harga. Konsep pada mekanism pasar perspektif Islam dibentuk dengan prinsip-prinsip yaitu:

1. Persaingan yang sehat, pada mekanisme pasar bekerjanya akan terhambat apabila terjadi monopoli atau penimbunan. Monopoli adalah

[22] Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 166

barang-barang yang ditahan dan akhirnya menimbulkan bahaya pada konsumen atau masyarakat.

2. Ar-Ridha, ialah semua transaksi yang ada di pasar harus berdasarkan rela diantara pihak satu dengan yang lain. Hal tersebut sesuai dengan QS. An-Nisa pada ayat ke 29:[23]

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

2. Keterbukaann dan keadilan. Implementasi pelaksanaan pada prinsip ini adalah ketika melakukan transaksi selalu di tuntut berlaku yang benar pada pengungkapan kehendak dan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pula.

   4. Kejujuran, adalah sebuah pilar yang penting pada agama Islam, karena kejujuran merupakan sebutan lain dari kebenaran itu sendiri. Larangan tegas oleh agama Islam dalam melakukan penipuan dan kebohongan dalam segi apapun. Alasannya, nilai kebenaran tentunya akan mempunyai dampak yang langsung pada pihak-pihak yang bertransaksi dalam perdagangan dan dampaknya bagi masyarakat luas.

[23] Surat An-Nisa ayat 29

4. Mekanisme Pasar Dalam Islam

a. Islam dan Sistem Pasar

Pasar dalam pengertian sempit adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual (produsen), dan pembeli (konsumen) pada suatu lokasi tertentu. Sedangkan pasar dalam pengertian luas adalah mekanisme bertemunya kepentingan konsumen dan produsen, merupakan sumber informasi bagi perilaku ekonomi serta juga merupakan sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen maupun produsen[24]

Pasar mempunyai peran yang sangat strategis bagi pelaku bisnis (produsen) dan masyarakat secara keseluruhan. Tampa ada akses terhadap pasar atau pengusaha pasar, maka tidak mungkin suatu bisnis dapat bertahan hidup. Pasar adalah tempat produsen bersaing merebut konsumen dalam rangka mencapai tujuan usahanya. Disamping itu pasar mempunyai berbagai bentuk atau struktur yang mempunyai hukumnya sendiri-sendiri, sehingga berpengaruh dalam menentukan tinggi rendahnya harga yang akan terjadi.

Dari sisi konsumen pasar adalah sumber informasi mengenai pilihan yang dapat dilakukan. Semakin banyak produsen di pasar, maka pilihan konsumen juga semakin banyak dan sebaliknya. Dengan demikian konsumen juga berkepentingan terhadap kondisi pasar dari barang dan jasa yang dibutuhkannya. Dari uraian di atas terlihat bahwa para pelaku

[24] Hendry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2007), hal : 104

ekonomi baik itu produsen atau konsumen mempunyai peranan dalam terjalanannya mekanisme pasar dimana para konsumen perlu mempunyai strategi bersaing yang andal untuk mencapai tujuan bisnisnya sedangkan bagi konsumen diperlukan ketelitian dalam memproduksi barang dan jasa yang dijual belikan di pasar.

Islam secara ketat memacu untuk bergiat dalam aktivitas keuangan dan aktivitas yang meningkatkan usaha-usaha yang meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan bebas, namun demikian bukan berarti persaingan bebas tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus dalam aturan syariah.[25]

Dalam islam, konsep ekonomi dan perdagangan harus dilandasi oleh nilai-nilai etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Dalam realitas mekanisme pasar sering terjadi distorsi, distorsi atau ketidak sempurnaan pasar adalah yang membuat kondisi ekonomi tidak efisien sehingga mengganggu agen ekonomi dalam memaksimalkan kesejahteraan social dalam rangka memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri.

b. Pengelolaan Pasar Pada Masa Rasulullah

Pasar pemegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah SAW. Beliau pada awalnya adala pedagang

[25] Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), hal : 159

demikian juga khulafaurasyidin dan kebanyakan sahabatnya . pada awal tahun Muhammad SAW di ajak pamannya untuk berdagang ke negri syam sampai Muhammad dewasa dan semakin giat untuk berdagang baik dengan modal sendiri maupun bermitra dengan orang lain.

Muhammad adalah seorang pedagang profesional dan menjunjung tinggi kejujuran, dan dia di juluki sebagai al-amin (yang dapat di percaya) ketika masyarakat muslim hijrah ke Madinah, peran rasul berubah menjadi pengawas pasar. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah di sekitarnya agar tetap dapat berjalan secara islami. Pada saat itu mekanisme pasar sangat di hargai, agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik maka nilai-nilai moralitas yang dapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan.[26]

c. Masa Khulafaurasyidin

Kalifah utama yang di tunjuk untuk memegah tampuk pemerintahan setelah Rasulullah SAW wafat adalah Abu bakar As Siddiq. Sebagai seorang fukaha yang profesional sebagai seorang pedagang, Abu bakar menjalankan praktek perdagangan secara syariah. Setelah Abu Bakar wafat pemerintah di pegang oleh Umar bin khatab. Selama sepuluh tahun pemerintahannya, Umar benar-benar menerapkan ekonomi syariah yang bersumber pada al-Qur'an dan hadist. Pengelolaan pasar oleh umar bin katab berjalan dengan baik dan sanagt

[26] Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), hal : 185.

tegas di lihat dari peringatan keras umar terhadap segala praktek penimbunan barang-barang yang menjadi kebutuhan masyarakat, dan dia juga berinisiatif untuk melakukan operasi pasar pada saat terjadi kelaparan dasyat di Madinah. Khalifah ketiga adalah Ustman bin affan sebagai seorang fukaha, beliau mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap penegakan hukum ekonomi yang telah di tetap kan oleh Rasulullah dan khalifah-khalifah sebelunnya. Setelah kepemimpinan Ustman bin Affan pemerintahan di ambil alih oleh Ali bin Abi Thalib pada masa pemerintahannya kaum muslimin secara resmi mencetak uang sendri dengan nama pemerintahan sendiri[27]

5. **Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kioskios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayursayuran, telur, daging. kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue kue dan barang-barang lainnya.

Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, serta

[27] Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), hal : 186.

proses penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara penjual dan pembeli, baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar memiliki peran yang cukup signifikan untuk menggerakkan roda perekonomian. Selain itu, pasar dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan transdental Muslim dengan Tuhannya, dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang Muslim dalam kehidupan ekonomi.[28]

Sedangkan kondisi sekarang ini itu lebih dikarenakan tidak perhatiannya pemerintah terhadap fasilitas umum seperti pasar tradisional dewasa ini. Pasar tradisional identik dengan kumuh, bau, kotor dan sebagainya. Seharusnya baik itu karena ada pasar modern yang lebih bersih dan rapi ataupun tidak, penataan dan perawatan pasar tradisional seharusnya tetap dilakukan. Bukannya seperti sekarang ini yang muncul istilah baru yaitu revitalisasi pasar. Sebenarnya hal itu hanyalah menunjukkan ketidak pedulian pemerintanh selama ini.Pengembangan pasar memang tidaklah mudah. Revitalisasi pasar memakan biaya yang tinggi, Revitalisasi berarti proses, cara, dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya. Sebenarnya revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan menjadi vital.

Pasar merupakan lokasi tempat pedagang dan pembeli melakukan transaksi jual beli. Dilihat dari fisiknya, pasar dapat dilihat dalam arti

[28] Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik* (Jakarta: Aqwam, 2007), hal. 132

konkrit dan abstrak. Dalam arti konkrit, pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan barang yang ditawarkan terdapat di sana. Dalam arti abstrak pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi barang yang ditawarkan hanya berupa contoh-contoh.

Ada beberapa bentuk pasar yang dikenal di Minangkabau. Ada pasar tradisional, yang mana aktivitas perdagangan hanya dilakukan di tanah lapang. Pada pasar seperti ini, para pedagang menggelar dagangannya langsung di atas tanah dan dan umumnya berlangsung dalam waktu relatif pendek. Sampai pertengahan abad ke-19, hampir semua pasar tradisional dimiliki oleh nagari.

1. Kriteria Pasar Tradisional

   Untuk peningkatan perekonomian pasar tradisional dibutuhkan kriteria pasar tradisional sebagai berikut:

   a. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar mampu memberikan dampak psikologis yang penting bagi masyarakat. Setiap orang yang berperan pada transaksi jual beli akan melibatkan seluruh emosi dan perasaannya, sehingga timbul interaksi sosial dan persoalan kompleks.

b. Pedagang di pasar tradisional berjumlah lebih dari satu, dan pedagang tersebut memiliki hak atas stan yang telah dimiliki, dan memiliki hak penuh atas barang dagangan.

c. Pasar berdasarkan pengelompokan dan jenis barang pasar, Jenis barang di pasar umumnya dibagi dalam empat kategori :

   1) Kelompok bersih (kelompok jasa, kelompok warung, toko)

   2) Kelompok kotor yang tidak bau (kelompok hasil bumi dan buah-buahan)

   3) Kelompok kotor yang bau dan basah (kelompok sayur dan bumbu)

   4) Kelompok bau, basah, kotor, dan busuk (kelompok ikan basah dan daging)

d. Kriteria pasar berdasarkan tempat berjualan atau lebih sering disebut stan, dipilih dengan cara undian (stan yang ada adalah stan milik sendiri dengan membayar biaya retribusi per m2/hari sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan). Jenis barang yang telah dikelompokkan, dilihat jenis barang dagangan apa yang paling banyak diperdagangkan dan paling diminati. Bagian atau blok-blok yang telah ditetapkan tempat-tempat yang strategis diutamakan diundi dahulu untuk pengurus setiap bagian, setelah itu sisanya diundi untuk pedagang lainnya

C. Pengembangan Pasar Tradisional

1. Proses Pengembangan Pasar Tradisional

Pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pusar (Dinlopas). Dinas inilah yang memiliki kewenangan untuk menata dan mengembangkan keberadaan pasar tradisional. Visi yang diemban oleh Dinas Pengelolan Pasar adalah "Terwujudnya pasar tradisional dengan pengelolaan modern sebagai pusat perkembangan perekonomian, wisata dan edukasi".

Dinlopas mempunyai fungsi pelaksanaan sebagian kewenangan daerah di bidang pengelolaan pasar. Untuk menjalankan fungsi secara optimal maka Dinlopas mempunyai lima tugas pokok:

1. Merumuskan, merencanakan, dan melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan pasar.
2. Melaksanakan pembinaan pedagang pasar.
3. Melaksanakan pemungutan retribusi sesuai dengan kewenangan yang diberikan.
4. Melaksanakan pengendalian, dan pengawasan operasional pengembangan fasilitas pasar dan pemungutan pendapatan
5. Melaksanakan ketatausahaan dinas.[29]

Pasar sebagai tempat transaksi komoditas ekonomi kini telah beralih fungsi menjadi sarana rekreasi, yang dikemas dalam wisata

[29] Utami Dewi, "Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gemburan Pasar Modern di Kota Yogyakarta" Proceeding Simposium Nasional ASIAN III Universitas (Semarang : 17 Agustus 1945)

belanja. Sehingga orang pergi berbelanja bukan sekadar hendak membeli komoditas (barangjasa) melainkan juga telah menjadi gaya hidup. Gaya hidup inilah yang belum mampu ditawarkan oleh pasar tradisional. Pasar tradisional masih tertinggal dan belum mampu menjadi tempat wisata belanja. Program pengembangan pasar dimaksudkan untuk menata dan memajukan pasar tradisional sehingga mampu menjadi pusat wisata belanja. Program pengembangan pasar ini meliputi pemberdayaan pasar dan komunitas dan pengembangan dan pembuatan media promosi pasar.

Untuk mewujudkan visi menjadi pusat wisata belanja ada beberapa kebijakan dan program kegiatan yang hingga saat ini terus digalakkan oleh Dinlopas Pemberdayaan pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, peningkatan kualitas barang dagangan dan pemberdayaan pelaku pasar. Pemberdayaan pasar dilakukan dengan meningkatkan kualitas pasar tradisional dan barang yang dijual di pasar tradisional. Kualitas pasar tradisional dari segi fisik saat ini sudah banyak dibenahi. Berbagai program revitalisasi pasar tradisional dilakukan dibawah pengawasan Dinlopas. Program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara, yaitu:

a) Perbaikan infrastruktur pasar
b) Peningkatan kebersihan lingkungan
c) Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patroli pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja dengan polisi

d) Pengembangan dan promosi pasar

Revitaliasasi pasar adalah perubahan organisasi yang ditujukan untuk mengaju pertumbuhan organisasi dengan menyelaraskan organisasi dengan lingkungannya. Keselarasan organisasi dengan lingkungan tersebut dapat dicapai melalui tiga pendekatan sebagai berikut;

1. Pendekatan fokus pasar (Achieve market focus)

Pendektan fokus pasar merupakan upaya dalam menghubungkan pola pikir organisasi secara keseluruhan terhadaplingkungan. Dengan menggunakan

sistem revitalisasi yang berarti pertumbuhan (growth) dan memusatkan kepada kepentingan pelanggan sehingga diharapkan dapat membawa pertumbuhan bagi organisasi. Dengan cara mengenal para pengguna jasa dengan baik dan memahami sepenuhnya kebutuhan mereka yang harus dapat dipenuhi oleh organisasi, serta memanfaatkan input dari pengguna jasa untuk menyempurnakan strategi organisasi.

2. Penciptaan bisnis baru (Invent new business)

Dapat dikatakan penciptaan bisnis baru adalah strategi yang digunakan untuk membangun kemampuan perusahaan atau organisasi melalui beberapa pendekatan seperti kemitraan (partnership), merger, akuisisi. Melalui strategi ini diharapkan membawa angin segarperubahan bagi kehidupan organisasi. Secara sederhana pelaksanaan strategi ini ialah dengan menyelaraskan core competences atau fungsi utama organisasi

agar benar-benar sesuai dengan kebutuhan para pengguna jasa, serta menciptakan peluang untuk pertumbuhan dengan perbaikan kinerja organisasi.

3.Pemanfaatan teknologi informasi(Changing the rules rhough information technology)

Melalui pendektan ini organisasi mampu memanfaatkan teknologi sebagai pondasi dalam mencari jalan baru guna menghadapi kompetensi dan kemajuan zaman yang semakin hari semakin berkembang. Melalui teknologi berbagai unit organisasi dapat saling terhubung sehingga dapat mengintegrasikan informasi dan proses pengambilan keputusan.

Melaui teknologi arus informasi akan semakin cepat disamping juga dapat meningkatkan efisiensi dilingkungan organisasi.

Selain program revitalisasi pasar, pembentukan komunitas pasar merupakan suatu upaya bagi pemberdayaan pelaku pasar. Peran dan fungsi dari paguyuban tersebut antara lain sebagai wadah untuk aspirasi pedagang dan kemudian menjembatani komunikasi antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar ataupun lurah pasar), mempermudah distribusi informasi, wadah pengelolaan konflik internal pada level pasar dan pedagang, memfasilitasi kemudahan sistem peminjaman modal dari perbankan, serta menurunkan jumlah rentenir di pasar.

Komunikasi yang terjalin diantara para implementor kebijakan tersebut bersifat komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi ini disampaikan dalam bentuk formal seperti rapat dan non-formal seperti

perintah langsung atasan terhadap bawahan. Komunikasi eksternal terjadi diantara pejabat pengelola pasar dengan para pedagang pasar tradisional, akan tetapi tidak menutup kemungkinan komunikasi terjadi antara personal pedagang dengan pejabat pengelola pasar langsung.

3. Ciri-ciri Pasar Tradisional

a. Produk utama yang dijual dipasar ini adalah kebutuhan rumah tangga, misalnya bahan-bahan mentah untuk dimakan.
b. Pemerintah setempat bertugas menjaga keamanan dan ketertiban namun tidak turut campur tanggan langsung dalam operasional pasar.
c. Transaksi jual-beli dipasar ini melalui proses tawar menawar harga barang antara pembeli dan penjual
d. Harga brang-barang yang dijual di pasar di pasar ini biasanya relatif murah dan sangat terjakau
e. Di pasar ini tidak terdapat monopoli oleh satu produsen tertentu
f. Harga barang, lokasi dan cara pelayanan penjualan merupakan faktor penentu basarnya penjualan

4. Keunggulan Dan Kekurangan Pasar Tradisional

Pasar tradisional memiliki beberapa kekurangan dan kelebihan yaitu:[30]

a) Pasar tradisional memiliki bebrapa keunggulan bila dibadingkan dengan pasar modern.

1. Lokasi dekat dengan rumah, sehingga lebih efektif dan efesien.

[30] Satria,*Pasar Modern Tradisional*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 27

2. Barangnya lebih segar untuk produk tertentu, seperti bahan-bahan sayauran-sayuran, daging. Hal ini dikarenakan pedagang langsung memperolehnya dari petani.
3. Adanya tawar menawar harga, sehingga jika membeli dalam jumlah yang banyak makan akan didapatkan harga yang murah
4. Para pembeli yang berasal dari masyarakat berpedapatan menegah kebawah merasa lebih percaya diri jika berbelanja dipasar modren.
5. Para pedagang paham benar bahwa pembelinya adalah mereka yang berasal dari golangan menegah kebawah, sehingga memungkinkan pembeli barang dalam kuantitas yang sanggat kecil.
6. Hubungan antara pedagang dan pembeli cukup akrab dan saling percaya, sehingga memunggkinkan pembeli melakukan pembelian secara kredit.
7. Guna menjaga hubungan dengan kosumen para pedagang sering kali memberikan diskon atau pun hadiah dihari tertentu.

b) Pasar tradisional memiliki beberapa kelemahan bila dibadingkan dengan pasar modren:
   1. Terdapat masalah infrastruktur yang kurang memadai seperti kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, buruk sirkulasi udara.
   2. Minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, seperti strategi perencanaan yang kurang baik.

3. Kurang perhatian terhadap pemeliharaan secara fisik sehingga pasar tradisional kurang terawatt
4. Adanya pedagang kaki lima yang tidak tertib karena berjalan dibahu jalan, sehingga pasar terlihat tidak rapi
5. Kurang tegasnya pengurus pasar dalam menagani pedagang kaki lima
6. Pada beberapa pasar trdisional terdapat praktek premanisme yang sangat menggangu kelancaran dan efisien transaksi antara pembili dan penjual
7. Tidak ada pengawaan terhadap barang yang di jual dan stadarisasi ukuran dan timbangan
8. Dagang yang besifat makanan siap saji mempunyai kesan urang higienis.

D. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).[31] Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.[32] Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu

[31] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 185

[32] Soemarso S.R Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat (2009, hal.54)

pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan.

Dalam pandangan Islam, pendapatan merupakan pendapatan dari usaha yang halal dan jelas. Pendapatan yang halal bisa mendatangkan berkah yang diberikan Allah SWT. Kekayaan dari keinginan seperti pencurian, korupsi bahkan transaksi illegal telah menyebabkan bencana di dunia dan bahkan hukuman di akhirat. Padahal harta halal membawa berkah dunia dan membawa keamanan akhirat.[33] Sebagaimana firman Allah Q.S An-Nahl : 114 yang berbunyi :[34]

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

2. Jenis-jenis Pendapatan

Pendapatan terdiri dari beberapa jenis, sebagai berikut :

1. Pendapatan bersih adalah pendapatan seseorang sesudah dikurangi pajak langsung.
2. Pendapatan diterima dimuka adalah uang muka untuk pendapatan yang belum dihasilkan.

[33] Almalia, "*Strategi Pendidikan dan Pendapatan dalam Strategi Manajemen Keuangan Keluarga Ditinjau dari Perspektif Islam"* (Skripsi Program Ekonomi Islam IAIN Raden Intan Lampung, 2015), hal.32

[34] Surat An-Nahl ayat 114

3. Pendapatan lain-lain adalah pendapatan yang berasal dari sumber-sumber diluar kegiatan utama persusahaan.
4. Pendapatan permanen adalah pendapatan rata-rata yang diharapkan rumah tangga konsumsi selama hidupnya.
5. Pendapatan uang adalah pendapatan rumah tangga konsumsi atau rumah tangga produksi dalam bentuk kesatuan moneter.
6. Pendapatan usaha adalah pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan.
7. Pendapatan yang masih harus diterima adalah pendapatan yang sudah dihasilkan walaupun piutang yang bersangkutan belum jatuh tempo.[35]

3. Prinsip Pendapatan

Pendapatan dapat didefenisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan.

Prinsip ini terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 279 :[36]

فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَأْذَنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهٖۚ وَاِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْۚ لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا تُظْلَمُوْنَ

[35] Satria, *Pasar Modern Tradisional* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 57
[36] Surat Al-Baqarah ayat 279

Artinya : Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu bertaubat dari pengambilan riba, maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:[37]

1) Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempataan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil ketja tersebut.

2) Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

4) Keuletan bekerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dujadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

[37] Boediono, *Pengantar Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, (2012), hal. 150

5) Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan

E. Kajian Terdahulu

Studi terdahulu adalah sesuatu yang penting sebagai bentuk tolak ukur dalam suatu penelitian untuk mengetahui perbedaan tentang substansi isi penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Ramadani Putra, pada tahun 2019 telah melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Nagari Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang" penulis ini melakukan pembahasan tentang strategi pengelolaan pasar nagari untuk meningkatkan pendapatan pedagang dengan melakukan revitalisasi atau renovasi pasar tradisional dengan Dana Alokasi Khusus.[38] Bedanya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada penelitian ini tidak membahas strategi pengelolaan pasar dan renovasi pasar dengan menggunakan dana alokasi khusus, tetapi penulis membahas kebijakan pemerintah nagari dalam pengembangan pasar tradisional.
2. Dian Firdaus, pada tahun 2020 telah melakukan penelitian yang berjudul "Analisis kebijakan pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah" penulis ini melakukan

[38] Ramadani Putra, *Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Nagari Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang*, 2019

pembahasan tentang perlu adanya penertiban kembali oleh pemerintah daerah setempat terhadap kepemilikan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) guna menyamaratakan kepemilikan IMB agar dimiliki oleh semua masyarakat yang memiliki rumah dan dapat lebih meningkatkan pendapatan asli daerah dari penertiban tersebut.[39] Bedanya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada penelitian ini tidak membahas tentang perlu adanya penertiban kembali oleh pemerintah daerah setempat, tetapi penulis membahas kebijakan pemerintah nagari dalam pengembangan pasar.

3. Sakur, pada tahun 2020 telah melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pendapatan Pedagang di Pasar Bundeg Desa Durin Timur Konang Bangkalan". Penulis ini melakukan pembahasan strategi pengembangan pasar Bundeg Durin Timur Konang dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan dilakukan dengan memahami aspek-aspek yang terdapat pasca revitalisasi dilakukan.[40] Bedanya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada penelitian ini tidak membahas strategi pengembangan pasar, tetapi penulis membahas tentang peningkatan pendapatan nagari.
4. Jurnal Hasan Muchtar Fauzi, pada tahun 2019 "Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kabupaten Situbondo".

[39] Dian Firdaus, *Analisis Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*, 2020

[40] Sakur, *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pendapatan Pedagang di Pasar Bundeg Desa Durin Timur Konang Bangkalan*, 2020

Hasil penelitian ini mengarahkan kebijakan otonomi pembangunan Kabupaten Situbondo untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan potensi di sector perdagangan dan jasa. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk meningkatkan kontribusi sector perdagangan adalah meningkatkan aktifitas pasar tradisional. Program khusus untuk pengembangan pasar tradisional yaitu revitalisasi pasar tradisional, pasar panji, pasar ardirejo, pasar penarukan dan pasar sumber kolak, tetapi program itu hanya menimbulkan kontroversi dengan para pebalap yang dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan tempat penjualan.[41]

5. Jurnal H.Mukhlis Hannan, pada tahun 2020 "Kebijakan Pemerintah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Pasar Baru Polewali Kab.Polewali Mandar". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan pasar tradisional di Pasar Baru Polewali sudah dilakukan dengan baik, petugas Pasar Baru Polewali sudah berupaya memberikan pengelolaan secara maksimal terlihat dari pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya. Faktor yang mendukung dalam pengelolaan Pasar Baru Polewali dalam meningkatkan pendapatan asli daerah adalah dengan banyaknya pedagang yang berdagang di pasar baru Polewali saat

[41] Hasan Muchtar Fauzi, *Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kabupaten Situbondo*, Jurnal Penelitian, Vol. 3 No. 2, 2019, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

musim nuah-buahan dimana pedagang dari berbagai macam wilayah dating untuk berdagang di pasar tersebut.[42]

6. Syam Ruddin, pada tahun 2019 "Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Untuk Meningkatan Pendapatan Daerah Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten", Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara revitalisasi pasar tradisional dengan peningkatan pendapatan daerah. Sehingga perlu segera dilakukan revitaliasasi terhadap pasar tradisional yang ada di Kota Taangerang selatan. Sebab potensi pendapatan daerah yang akan diperoleh setelah revitalisasi akan sangat banyak dan besar sekali. Adapun potensi tersebut antara lain pengelolaan parkir, pajak restoran, reklame, izin usaha pertokoan, pajak bumi dan bangunan, penyewaan perkantoran, penyewaan tempat untuk pameran, penyewaan toko seperti di mall, rumah dan toko (ruko), dan pengelolaan sampah. Dengan adanya revitalisasi pasar tradisional maka diharapkan akan meningkatkan pendapatan daerah. Sedangkan implikasi dari hasil penelitian ini adalah dikeluarkannya kebijakan atau regulasi oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan tentang revitalisasi pasar tradisional.

[42] H.Mukhlis Hannan, *Kebijakan Pemerintah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Pasar Baru Polewali Kab.Polewali Mandar*, Journal Peqguruang Conference Series, Vol. 2 No. 2, 2020, Universitas Al-Asyariah Mandar

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) langsung dari lapangan atau lokasi penelitian. Lebih khususnya, metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mencoba menggambarkan, memaparkan, dan menafsirkan suatu fenomena yang terjadi saat ini. Sesuai dengan pengertiannya metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menganalisa data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam penelitian kualitatif, karakteristik utama yang berasal dari latar belakang alami atau kenyataan di masyarakat dengan menggunakan metode kualitatif . dalam penelitian ini dideskripsikan dan menguraikan tentang "Analisis Kebijakan Pemerintah Nagari Dalam Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Pendapatan Nagari (Studi Kasus Pasar Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam)."

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Padangluar dan kantor wali nagari dengan waktu yang telah ditentukan. Alasan penulis melakukan penelitian di tempat ini karena Pasar Padangluar merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi pasar sentral pertanian terbesar dan tertua di Kabupaten Agam yang keberadaannya sangat strategis. Disini penulis mengkaji kebijakan pemerintah nagari dalam pengembangan pasar Padangluar untuk meningkatkan pendapatan nagari.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah suatu objek atau dokumen original (material mentah) dari perilaku yang disebut first-hand information. [43] Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pembahasan, literatur, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang didukung atas permasalahan yang akan dibahas, seperti yang diperoleh dari perpustakaan maupun dari bahan bacaan dan sumber-sumber lainnya yang menjadi penunjang dalam masalah ini.

4. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dapat memberikan informasi mengenai informasi tentang objek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, sumber data diposisikan sebagai narasumber atau pemilik informasi, karena itu disebut dengan informan. Dengan kata lain informan ini dapat disebut juga dengan subjek yang diteliti, karena ia bukan saja narasumber melainkan juga actor pelaku yang ikut menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian berdasarkan informasi yang

[43] Ulber Silalahi, Metode Penelitian Sosial, (Bandung: Refika Aditama 2012), hal. 289

dibutuhkan. Dalam penelitian ini yang menjadi informannya adalah pengelola Pasar Nagari Padanglua dan Wali Nagari Padanglua.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala dalam objek penelitian. Pada penelitian ini dilakukan langsung di Pasar Padang Luar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam, dimana observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.[44] Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap para petugas pasar dan Wali Nagari Padang Luar.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan observasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Dalam hal ini,

[44] Sutrisno Hadi, Metodologi Research Jilid II (Yogyakarta: Andi 2006), hal. 218

peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu berhubungan dengan penggambaran sebuah data yang penting yang bisa dijelaskan seperti apa adanya. Hal ini dikarenakan penelitian ini dirancang untuk memperoleh informasi tentang kasus gejala saat penelitiaan dilakukan.[45]

Langkah-langkah dalam teknik analisa data yaitu :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pengumpulan yang diperoleh dari lapangan baik berupa arsip-arsip, dokumen, gambar, dll. Kemudian diperiksa kembali dan diatur untuk diurutkan.

b. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data yang didapatkan dari catatan tertulis di lapanagan.

c. Penyajian Data

Penyajian data dapat membantu penulisan dalam memenuhi apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman yang penulis dapat dari penyajian-penyajian tersebut.

d. Verifikasi Data

Dari data-data yang diperoleh daro hasil wawancara. Penulis dapat mengambil makna dari hasil penelitian dan dapat menyimpulkanny

[45] Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, (Bandung: Metodologi Penelitian Kualitatif, CV 2009), hal.134

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Pasar Tradisional Padangluar

1. Sejarah dan Letak Pasar Tradisional Padangluar

Pasar tradisional merupakan sentral perekonomian masyarakat pedesaan dalam bidang jual beli barang, untuk itu perlunya pengelolaan pasar yang baik demi kelangsungan pasar. Pasar tradisional yang ada di Kabupaten Agam berjumlah 34 pasar, yang berada di berbagai tempat di Kabupaten Agam salah satunya di Kecamatan Banuhampu adalah Pasar Tradisional Padang Luar.

Pasar Tradisional Padang Luar didirikan pada tahun 1951, berdasarkan kesepakatan bersama ninik mamak 7 pasukuan yang ada di Nagari Padang Luar. Pada awal berdirinya Padang Luar memanfaatkan lahan seluas 10.000 M milik PT. KAI yang disewa dan dibuka dua kali dalam seminggu yaitu hari Kamis dan Minggu. Seiring perkembangan pasar dan meningkatkan jumlah pedagang maka mulai awal tahun 1970 an Pasar Padang Luar di buka 6 x seminggu dengan penambahan hari Rabu dan Sabtu.[46]

Pada tahun 1985 Pemda Kabupaten Agam menurunkan proyek inpres untuk 7 nagari di Kabupaten Agam dimana Padang Luar termasuk salah satu diantaranya yang mendapatkan kucuran dana kredit inpres Rp

[46]Wawancara dengan pengelola pasar padangluar pada tanggal 10 Juni 2023, di Kantor Pasar Padanglua

140.000.000,- dengan masa pengembalian 10 tahun yang dibayar mulai tahun kelima setelah pasar diresmikan. Pada awalnya inpres ini sempat mendapat penolakan dari masyarakat namun setelah melalui sosialisasi dan berbagai pendekatan akhirnya pada tahun 1985 berdirilah pasar inpres Padang Luar yang berada disebelah Utara stasiun PT. KAI semenjak dibuka secara resmi pemakaian pasar inpres tahun 1986, melalui pendekatan kepada pedagang-pedagang dan desakan dari pelaku pasar sehingga kegiatan perdagangan di Pasar Padang Luar semakin berkembang bahkan menjadi 6 hari dalam seminggu (kecuali hari Senin).

Dulu, pedagang pasar disini masih kios, los apalagi tempat-tempat yang memang layak untuk berdagang. Fasilitas masih sangat minim. Tetapi seiring berjalannya waktu, perkembangan sudah sangat baik sekali. Sekarang para pedagang yang ada di pasar ini sudah menggunakan los dan kios. Meskipun masih ada yang berjualan di kaki lima. [47]Pasar Padang Luar secara administratif terletak di Kecamatan Banuhampu yang berada bersebelah dengan Kota Bukittinggi. Pasar ini terletak dipinggir jalan raya yang menghubungkan Kota Bukittinggi dengan Kota Padang.

2. Letak Geografis Pasar Tradisional Padang Luar

Pasar Padang Luar merupakan pasar terbesar di Kabupaten Agam, yang tepatnya berada di Nagari Padang Luar Kecamatan Banuhampu

[47] Sri Andriani, (Sekretaris Kantor pasar), *Wawancara*, pada tanggal 10 Juni 2023

Kabupaten Agam. Di pasar ini memiliki luas tanah 10.000 m2 dengan titik Koordinat Pasar Latitude 0’20’28’80’’ S Longitude 1000 23’0,29’’E. Secara gambaran umum lokasi Pasar Padang Luar bila dilihat secara geografisnya berada diantara:

a. Sebelah Utara: Bandar Nagari (Belakang Rumah Potong) dan jalan masuk Pasar Inpres.

b. Sebelah Selatan: Jalan Padang Luar-Ladang Laweh.

c. Sebelah Timur: Jalan SMP/ SMA Banuhampu dan perumahan masyarakat.

d. Sebelah Barat: Jalan Bukittinggi- Padang.

3. Sarana dan Prasarana

a) Jumlah bangunan di Pasar Padang Luar

1) Kios : 66 petak

2) Los : 8 unit

3) Ruang Terbuka : 1000 m2

b) Fasilitas umum

1) Tempat parkir : 1000 m2

2) Mushalla : 1 unit

3) Drainase : 500 m2

4) Wc : 2 unit

5) Kantor Pasar : 1 unit

6) Gerobak Sampah : 2 unit

7) Mobil Truk : 1 unit

4. Jenis-jenis Pedagang Pasar Tradisional Padang Luar

Banyaknya pedagang yang menempati Pasar Padang Luar dengan segala barang dagangannya yang bermacam-macam dan berbeda-beda penempatannya, maka pedagang tersebut dapat digolongkan sebagai berikut:

a) Pedagang Pengumpul

Yaitu pedagang yang membeli dari petani dan kemudian dijual kepada pedagang pengirim keluar daerah.

b) Pedagang Pengirim

Yaitu pedagang yang langsung membeli dari petani dan pengumpul dan kemudian langsung dijual keluar daerah.

c) Pedagang Eceran

Terdiri atas :

1) Pedagang Kios Inpres

Yaitu pedagang yang menempati bangunan yang didirikan oleh PEMDA, yang pedagang berjualan kebutuhan sehari-hari.

2) Pedagang Los

Yaitu pedagang yang menempati bangunan yang dibangun oleh PEMDA dengan ukuran yang luas dan memiliki ciri bangunan tidak mempunyai dinding.

3) Pedagang Kaki Lima.

Yaitu pedagang yang berada di emperan-emperan dalam Pasar Padang Luar. Pedagang ini tidak memiliki hak kepemilikan resmi, mereka hanya

berebut menempati untuk berdagang, manakala ada obrakan dari pengelola pasar, mereka segera berkemas diri, namun selang beberapa lama mereka akan kembali lagi, jam diperbolehkan berdagang sekitar pukul 11.00 wib.

5. Jumlah Komoditi yang Dijual

a. Pertanian : Sayur mayur, cabe, bawang

b. Perkebunan : Kayu Manis, coklat, cengkeh

c. Perikanan : Ikan Laut, ikan air tawar, lele, belut

d. Kerajinan : Rotan, pondasi besi

e. Makanan khas : Ketupat, soto, sate, kerupuk

f. Jasa Keuangan : BPR Sei Pua

BPR Kamang

BMT Padang Luar

BRI Unit

6. Visi Misi Pasar Tradisional Padang Luar

Sejalan dengn berdirinya Pasar Tradisional Padang Luar, suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategi organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional. Dengan hal tersebut, maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi.

Adapun visi dan misi Pasar TradisionalPadang Luar adalah sebagai berikut:[48]

a. Visi

Visi Pasar Padang Luar adalah " **Menjadi Pasar Tradisional modern dalam rangka menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat**"

b. Misi

1) Memasarkan hasil pertanian masyarakat Nagari

2) Menyediakan kebutuhan pokok masyarakat

3) Menciptakan lapangan kerja

4) Meningkatkan perekonomian masyarakat Nagari

5) Meningkatkan pendapatan Pemerintah Nagari

6) Melakukan interaksi sosial dan pengembangan ekonomi masyarakat

7) Memberikan perlindungan terhadap pedagang kecil

8) Mendudukkan masyarakat nagari dan antar nagari sebagai pelaku ekonomi pasar

9) Memajukan nagari sebagai ujung tombak pembangunan dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat.

7. Kepengurusan Pasar Nagari Padangluar

Berdasarkan yang saya ketahui dari wawancara di kantor Pasar Padangluar, struktur kepengurusan pasar adalah :

Kepala Pasar : Ade Maulia

Wakil Kepala Pasar : Yan Eka Putra

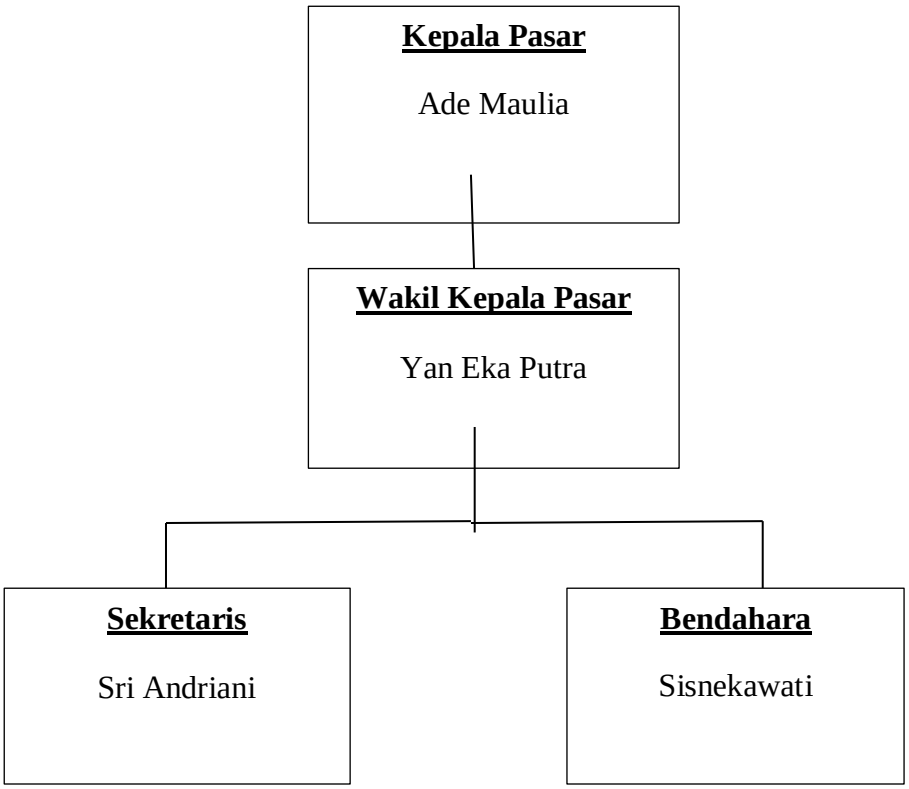
[48] Arsip dokumen, Pengelola Pasar Tradisional Padang Luar

Sekretaris : Sri Andriani

Bendahara : Sisnekawati [49]

Gambar 4.1

Struktur Pengurus Pasar Nagari Padanglua



8. Tugas Pengurus Pasar

a. Kepala Pasar

1. Mengawasi bagaimana keadaan pasar
2. Melihat bagaimana ketertiban dan keadaan pasar
3. Mengatur tata pasar sesuai jenis barang yang dijual

[49] Arsip dokumen, *Pengelola Pasar Tradisional Padang Luar*

b. Wakil Kepala Pasar

1. Melakukan pembinaan dan pengendalian di dalam pengelolaan pasar

2. Pembinaan pedagang dalam rangka pemanfaatan area pasar

3. Pengembangan kerja sama

c. Sekretaris

1. Membantu melaksanakan tugas-tugas kepala pasar untuk menjalankan roda organisasi pasar, seperti dalam mengatur surat-menyurat dalam pengelolaan pasar

d. Bendahara

1. Mengatur keuangan hasil pungutan retribusi dan menjalankan tugas-tugas yang diberikan oleh kepala pasar

B. Kebijakan Pemerintah Nagari Terhadap Pasar Nagari Padangluar

Menurut Perpres RI No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa took, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil.

Kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah nagari terhadap pasar salah satunya adalah revitalisasi pasar. Revitalisasi yang dilakukan pemerintahan tersebut agar terciptanya pasar yang bersih dari sampah dan

ketertiban pasar.Harapan yang dituju agar para pedagang di Pasar Padangluar tertib dan nyaman.Dengan adanya revitalisasi ini supaya pasar-pasar tradisional bisa mangimbangi pasar-pasar modern.Pasar-pasar tradisional yang diidentik dengan pasar yang kotor dan tidak teratur, bisa berkembang dan lebih maju dengan seiringnya kemajuan zaman saat sekarang.

Tujuan utama dalam revitalisasi pasar tradisional adalah meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pasar tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar. Revitalisasi pasar tradisional guna untuk meningkatkan pendapatan pasar yang akan diberikan kepada pemerintah nagari. Setiap akhir tahun petugas pasar harus memberikan Rp 20.000.000,00 kepada nagari. Walaupun dalam keadaan rugi, pasar tetap harus memberikan dana tersebut. Dana yang diperoleh berasal dari para pedagang yang menyewa kios di dalam pasar dan ada juga sumbangan yang diminta kepada setiap mobil yang membawa sayur ke dalam pasar dan itu juga dimasukkan ke dalam kas pasar. Apabila di akhir tahun pasar mendapatkan untung yang lebih maka juga akan diserahkan kepada pemerintah nagari. [50]

Ada beberapa cara yang dilakukan petugas pasar untuk meningkatkan pendapatan yaitu:

1. Retribusi pungutan bea pasar berupa karcis sebesar Rp 500,00 per potong barang yang dibawa oleh para petani ke pasar.

[50] Wawancara dengan pengelola pasar Nagari Padangluar pada tanggal 10 Juni 2023, di pasar Padangluar

2. Sewa kios yang di minta oleh petugas pasar meliputi:

a. Sewa perbulan

1.	Sewa los inpres	5.040.000
2.	Sewa kios inpres	2.400.000
3.	Sewa los langkok / Blok C	4.200.000
4.	Sewa tanah pasar	400.000
5.	Sewa tenda lobak bungo	6.020.000
6.	Sewa los lobak	1.200.000
7.	Sewa los pakan tangah	1.205.000
8.	Sewa los Blok D	900.000
9.	Sewa kios penampungan	500.000
10.	Sewa los bak air	200.000
11.	Retribusi listrik	1.135.000
12.	Los baru / los tomat	2.160.000

b. Sewa pertahun

1.	Kios samping rumah potong	600.000
2.	Kios dibawah kantor	7.000.000

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan terdapat tiga pendekatan dalam revitalisasi pasar tradisional padang lua Kecamatan BanuhampuKabupaten Agam yaitu :

1. Pendekatan Fokus Pasar (Achieve market focus)

Pendekatan fokus pasar terkait dengan cara mengenal para pengguna pasar dengan baik dan memahami sepenuhnya apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat tentang pasar supaya dapat terpenuhi oleh organisasi. Dalam menghadapi persaingan pasar saat sekarang ini, bentuk tata ruang suatu pasar sangat dipedulikan, karena hal tersebut sangat memicu pelanggan untuk tidak beralihnya kepasar-pasar modern. Pada Pasar Padang Lua sampai saat ini kondisinya sangat memprihatinkan

seperti sempitnya lahan, sesak, serta seringnya terjadi kemacetan jalan karena sempitnya terminal untuk bongkar muatan barang sehingga para pedagang membongkar muat barang dagangannya dipinggiran jalan, kurangnya penataan pada pedagang kaki lima yang mana mereka berjualan di sekitar terminal pasar. Masyarakat pembeli dan pedagang sebagai pengguna pasar padang lua sangat mengharapkan supaya pasar ini bisa di perbaiki seperti bangunan pasar, pengelolaan pasar, dan memenuhi kebutuhan para pedagang. Dengan adanya program revitalisasi pasar tradisional yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Agam, pedagang dan pengurus pasar sangat mengharapkan supaya program tersebut dapat terlaksana di pasar padang lua, tetapi sampai sekarang ini program tersebut tidak terealisasi di pasar tersebut yang terkendala dengan status tanah, yang mana tanah yang dipakai oleh pasar tersebut merupakan tanah kontrak dengan PT. KAI. Dengan anggaran seadanya yang diperoleh dari pasar pengurus melakukan pebaikan pasar sedikit demi sedikit. Melihat kondisi prestasi yang diraih serta potensi yang tinggi pada pasar padang lua ini, seharusnya pemerintah daerah harus memperhatikan serta memberikan bantuan kepada pasar dengan cara merealisasikan program revitalisasi pasar dan menyelesaikan status tanah yang dipakai oleh pasar.

2. Penciptaan Bisnis Baru (Invent new business)

Dalam penciptaan bisnis baru ini menyelaraskan core competences bahwa fungsi utama pengurus pasar, badan pengawas pasar dan Dinas

Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan agar benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna pasar serta dapat menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan pasar dengan perbaikan kinerja dari organisasi. Untuk penciptaan bisnis baru ini organisasi tersebut melakukan mitra-mitra dengan stakeholder yang lain supaya dapat melihat kemampuan dan keunggulan yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Untuk menciptakan bisnis baru ini, pengembangan pasar dari secara fisik, ekonomi dan sosial saja tidak cukup, harus adanya perubahan secara signifikan seperti pengelolaan dan manajemen pasar. Oleh karena itu dibutuhkan kinerja yang bagus dari pengurus pasar dan dinas yang terkait. Pedagang pasar padang lua menilai bahwa kinerja dari pengurus pasar kurang baik, hal ini dikarenakan kurangnya penataan para pedagang serta pengawasan terhadap para pedagang kaki lima yang berjualan di tempat yang tidak tepat. Pengurus pasar telah melakukan berbagai usaha dalam mengelola pasar tersebut. Dengan dinilai kurang baik tersebut, seharusnya pengurus pasar melakukan pertukaran pemikiran/ kunjungan kerja ataupun melakukan mitra pada pasar-pasar yang telah mendapatkan predikat terbaik dalam pengelolaannya. Kenyataan dilapangan pengurus pasar tidak pernah melakukan hal tersebut untuk melakukan perbaikan dari kinerjanya. Tetapi dari Dinas Koperasi UMKM Perundistrian dan Perdagangan Kabupaten Agam untuk meningkatkan kualitas kinerjanya mereka telah membahas untuk dilakukan kunjungan kerja ke dinas- dinas yang sama tetapi hal tersebut, tetapi juga belum terlaksana.

3. Pemanfaatan Teknologi Informasi (Changing the rules rhough information technology)

Dalam pemanfaatan teknologi informasi sebuah organisasi harus mampu memanfaatkan teknologi sebagai pondasi dalam mencari jalan baru guna menghadapi kompetensi dengan kemajuan dan perkembangan zaman sekarang. Serta untuk perbaikan efisiensi dan integritas organisasi internal, melaksanakan reeingineering atas sistem organisasi, serta membangun jaringan teknologi yang menghubungkan organisasi dengan para pengguna jasa dan masyarakat . Untuk sebagai penunjang dalam melakukan pengembangan pasar, penggunaan sarana teknologi informasi sangat dibutuhkan dalam hal menghadapi persebaran informasi yang semakin cepat, mendapatkan informasi terkini dengan cepat, dan dengan adanya sarana teknologi informasi ini dapat memberikan pelayanan yang cepat serta pelayanan yang prima.

C. Pengembangan Pasar Padangluar yang Telah Dilakukan

1. Menjadikan pasar PadangLuar jadi tingkat dua

Pasar PadangLuar merupakan pasar yang selalu ramai dikunjungi oleh para penjual dan pembeli, seperti yang diketahui pasar tersebut merupakan tempat untuk berbelanja bagi masyarakat sekitarnya, tidak hanya pembeli yang berasal dari PadangLuar saja, tetapi banyak juga para pembeli yang berasal dari luar daerah PadangLuar. Maka pada tahun 2020 Pemerintah nagari melakukan renovasi pasar, menjadikan pasar tersebut menjadi tingkat dua agar para pedagang bisa berjualan di lantai tingkat dua

tersebut. Hal tersebut juga mengurangi kepadatan para penjual yang berada di pinggi jalan selalu menjadi penyebab kemacetan.

2. Penataan tempat dan pengelompokkan jenis dagangan

Untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, maka pemerintah nagari Padang Luar telah melakukan penataan dan pengelompokkan jenis pedagang . Penataan tempat dan pengelompokkan jenis dagangan merupakan strategi pengembangan pasar tradisional agar terlihat lebih menarik pengunjung.

Sebelum adanya kebijakan dari pemerintah nagari, para pedagang yang berada di dalam los pasar seperti penjual ayam, ikan, daging-dagingan, sembako bahkan para pedagang pengirim sayuran letaknya tidak tertata dengan baik. Pada tahun 2019, pengelola pasar memberikan masukkan kepada pemerintah nagari agar penataan para pedagang yang berada di dalam los ditata letaknya berdasarkan jenis barang yang dijual. Hal tersebut dilakukan pemerintah nagari agar terciptanya kenyamanan bagi para penjual ataupun pembeli. Dengan dilakukannnya pengelompokkan berdasarkan jenis barang yang dijual memudahkan pembeli untuk mencari barang yang diperlukan.

3. Melakukan renovasi pasar

Pemerintah nagari padanglua juga melakukan renovasi pasar seperti memperbaharui bangunan yang sudah rusak, dan juga memperbaiki kios yang sudah lama. Pemerintah nagari juga menambah bangunan di bagian dalam los untuk para pedagang pengirim sayuran. Hal tersebut

dilakukan karena tempat para pedagang pengirim yang berada di dalam los pasar begitu sempit dan berdesakan. Dengan adanya renovasi pasar, hal tersebut menungkinkan pasar tradisional dapat berkembang dengan baik.

4.Melakukan kegiatan pembersihan jalan dalam pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah

Untuk menghindari kesan kumuh, becek, kotor, bau dengan sampah yang menggunung diperlukan kesadaran untuk selalu menjaga kebersihan lingkungan pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah. Pasar Padangluar setiap harinya hampir 20 ton sampah yang dihasilkan. Maka untuk mendukung kegiatan tersebut pasar tradisional Padangluar secara rutin harus melakukan kegiatan pembersihan jalan, baik di dalam pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah secara rutin.[51]

D. Dampak Pengembangan Pasar Padangluar Terhadap Peendapatan

Setelah dilakukannya pengembangan pasar tradisional Padangluar, sangat berdampak terhadap pendapatan pasar dan pendapatan nagari. Semakin besar pendapatan yang didapat oleh pengelola pasar maka semakin besar pula pendapatan yang akan diberikan petugas pasar ke nagari. Pendapatan yang harus diserahkan oleh pengelola pasar ke nagari berjumlah Rp. 20.000.000/ tahun, jika pasar mendapatkan keuntungan yang lebih maka itu akan diserahkan ke pihak nagari.

Pasar Nagari PadangLuar mulai dilakukannya renovasi setelah adanya kebijakan dari Nagari pada tahun 2018. Dimana Pemerintah Nagari melakukan

[51] Wawancara dengan Wali Nagari Padang Lua, tanggal 2 Juli 2023, di Kantor Wali Nagari Padang Lua

beberapa kebijakan agar pasar PadangLuar berkembang dengan baik. Setelah adanya kebijakan dari nagari, pendapatan yang diperoleh oleh pengelola pasar mengalami kenaikan sampai tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 pendapatan yang diperoleh oleh petugas pasar mengalami penurunan akibat adanya pandemi covid -19. Sehingga pengelola pasar memberikan hasil pendapatan ke nagari kurang dari jumlah tahun sebelumnya.

Berikut pendapatan yang diperoleh oleh nagari dari pengelola pasar dari tahun 2017-2021 :

Tabel 4.1

Pendapatan Nagari dari Pengelolaan Pasar Sebelum dan Sesudah Dilakukannya Kebijakan Pemerintah Nagari

No	Tahun	Sebelum Kebijakan	Sesudah Kebijakan
1.	2017	Rp. 40.100.000	
2.	2018		Rp. 45.000.000
3.	2019		Rp. 47.325.000
4.	2020		Rp. 33.450.000
5.	2021		Rp. 33.450.000

Sumber : Arsip Kantor Pasar Padanglua

Setelah dilakukannya kebijakan pengembangan pasar PadangLuar oleh pemerintah nagari, maka pendapatan nagari yang diperoleh dari pengelola pasar mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 sebelum adanya kebijakan pendapatan yang diterima oleh nagari dari pengelola pasar berjumlah Rp. 40.100.000. Pada tahun 2018 setelah adanya kebijakan pemerintah nagari pendapatan pasar mengalami kenaikan sebesar Rp. 45.000.000 yang sebelumnya berjumlah Rp. 40.100.000. Pada tahun 2019 pendapatan yang diperoleh oleh nagari mengalami peningkatan sebesar Rp. 2.325.000 dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 pendapatan yang diterima oleh nagari mengalami

penurunan karena adanya pandemi covid-19 sebesar Rp. 33.450.000. Pada tahun 2021 pendapatan yang diperoleh nagari sama dengan tahun 2021 sebesar Rp. 33.450.000. Untuk tahun 2022 dan tahun 2023 sekarang ada kecendrungan peningkatan akan tetapi sampai sekarang data pasti dari pengelola pasar yang diserahkan kepada nagari masih belum didapatkan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pemerintah nagari PadangLuar telah melakukan kebijakan terhadap pasar berupa revitalisasi pasar pada tahun 2018. Hal tersebut dilakukan agar pasar Nagari PadangLuar dapat berkembang dengan baik dan dapat meningkatkan pendapatan nagari. Kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Nagari yaitu menjadikan pasar Padangluar menjadi tingkat dua, penataan tempat dan pengelompokkan jenis dagangan, melakukan renovasi pasar, dan melakukan kegiatan pembersihan jalan dalam pasar dan sekitar tempat pembuangan sampah. Setelah adanya kebijakan dari pemerintah nagari, pendapatan pasar mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2020 dan 2021 karena pengaruh langsung pandemi covid. Karena nagari memperoleh pendapatan dari pasar tergantung berapa besar laba yang diperoleh oleh pasar tiap tahunnya, dengan demikian renovasi pasar Padang Luar sangat berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan pemerintah Nagari Padangluar.

B. SARAN

1. Bagi pihak pasar atau pemerintah nagari

Seharusnya pihak pasar lebih memerhatikan lagi bagaimana perkembangan pasar dan bagaimana aktivitas pasar berjalan sebagai mana mestinya. Sebaiknya pemerintah nagari juga melakukan berbagai kebijakan lain yang memungkinkan pasar PadangLuar lebih berkembang lagi dan akan memperoleh pendapatan yang lebih baik lagi dari sebelumnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mendalami lagi permasalahan yang ada di Pasar Nagari PadangLuar Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam terkhususnya dalam hal pendapatan yang diperoleh oleh pasar.