

**DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP
PENDAPATAN PEDAGANG DAN MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR
TRADISIONAL
(Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten
Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

FIRLI DWILESTARI
NIM.2017201186

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDIN ZUHRI PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firli Dwi Lestari
NIM : **2017201186**
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 09 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'SPESIAL KIBU RIUPAH', 'TEL. 0343DAJX671151702', and 'METRA TAPEL'. The signature is written in a cursive style.

Firli Dwi Lestari
NIM. 2017201186

A large, light green circular logo is centered on the page. It features a stylized white calligraphic symbol at the top, resembling a crescent moon and star. Below this is the acronym 'UIN' in large, bold, white letters. At the bottom of the circle, the text 'PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI' is written in a white, sans-serif font. The entire logo is set against a light green background with a yellow border.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax.: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP
PENDAPATAN PEDAGANG DAN MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR
TRADISIONAL
(Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten
Purbalingga)**

Yang disusun oleh Firlu Dwi Lestari NIM 2017201186, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Jumat, 18 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
NIP. 19750420 200604 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.
NIP. 19930414 202012 1 004

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M. Si
NIP. 19780716200901 2 006

Purwokerto,
Mengesahkan
Dekan,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag.
NIP. 19730921200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Firli Dwi Lestari NIM 2017201186 yang berjudul:

**DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP
PENDAPATAN PEDAGANG DAN MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR
TRADISIONAL
(Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten
Purbalingga)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh selar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 09 Oktober 2024
Pembimbing



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M. Si
NIP. 19780716200901 2 006

MOTTO

*“Letakan aku dalam hatimu, maka aku akan meletakkan mu dalam hatiku”
(Q.S Al-Baqarah:152)*

*“Kesuksesan yang besar berasal dari langkah yang kecil”
(firlidwilestari)*

*“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”
(Baskara Putra)*



**DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP
PENDAPATAN PEDAGANG DAN MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR
TRADISIONAL
(Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten
Purbalingga)**

**Firli Dwi Lestari
NIM. 2017201186**

E-mail : firlylestari05@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Permasalahan umum yang terjadi pada pasar tradisional di Indonesia adalah buruknya segi fisik, fasilitas sarana-prasarana sampai lemahnya manajemen pengelolaan. Untuk menghadapi persaingan dengan pasar modern, pasar-pasar tradisional milik pemerintah melakukan upaya-upaya perbaikan melalui revitalisasi pasar mengoptimalkan kembali fungsi pasar. Penelitian ini menganalisis dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dan minat beli konsumen di pasar sinduraja.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa revitalisasi pada pedagang pasar sinduraja menyimpulkan berbagai dampak ekonomi dari pelaksanaan revitalisasi pasar sinduraja yang dirasakan pedagang berbeda-beda bergantung lapisan kelompok pedagang. Bagi beberapa pedagang revitalisasi pasar dirasakan belum membawa kesejahteraan ke arah yang lebih baik. Adanya revitalisasi pasar mematikan usaha mereka yang tidak bisa membayar biaya sewa lebih tinggi dengan perubahan pendapatan yang menurun dibandingkan ketika sebelum direvitalisasi. Bagi konsumen adanya revitalisasi tidak berdampak terhadap minat beli konsumen dikarenakan gaya hidup (*life style*) masyarakat sudah berubah lebih memilih berbelanja di rumah saja dan banyaknya kompetitor di lingkungan sekitar. Pandangan ekonomi syariah terhadap dampak revitalisasi menjadi seorang pemimpin hendaknya selalu bertanggung jawab dan harus bersikap adil terhadap rakyatnya.

Kata Kunci : Revitalisasi Pasar, Pendapatan, Minat Beli

**THE IMPACT OF TRADITIONAL MARKET REVITALIZATION ON
TRADERS' INCOME AND CONSUMER PURCHASING INTEREST IN
TRADITIONAL MARKETS**
(Case Study of Sinduraja Market, Kaligondang District, Purbalingga Regency)

Firli Dwi Lestari

2017201186

Email: Firlylestari05@gmail.com

*Study Program of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and
Business, State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Common problems that occur in traditional markets in Indonesia are poor physical aspects, infrastructure and weak management. To face competition with modern markets, government-owned traditional markets are making improvements through market revitalization and re-optimizing market functions. This research identifies the impact of traditional market revitalization on traders' income and consumer purchasing interest at the Ssinduraja market.

This research is field research with the type of research being qualitative descriptive research. The data collection techniques used in this research are interview, observation and documentation techniques. Meanwhile, the data analysis technique in this research uses an approach consisting of three stages, namely reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research show that the revitalization of Sinduraja market traders concludes that various socio-economic impacts of the implementation of Sinduraja market revitalization are felt by traders differently depending on the level of the trader group. For some traders, it is felt that market revitalization has not brought prosperity to a better direction. The market revitalization is killing the businesses of those who cannot pay higher rental costs with changes in income that are decreasing compared to before the revitalization. For revitalization consumers, the existence of revitalization has no effect on consumer buying interest because people's lifestyles have changed, preferring to shop at home and there are many competitors in the surrounding environment. The view of sharia economics on the impact of revitalization is that being a leader should always be responsible and must be fair to its people.

Keywords: Market Revitalization, Income, Buying Interest

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	ge

ف	fa	F	ef
---	----	---	----

ق	qaf	Q	ki
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	el
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة أولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ’
--------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة ال نظر	Ditulis	Zakât al-fitr
-------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

اَ	Fathah	ditulis	a
اِ	Kasrah	ditulis	i
اُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جَاهِلِيَّة	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تَنْس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كَرِيم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	نُرُوض	ditulis	furûd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قَوْل	Ditulis	qaul

7. Vokal yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعْدَات	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

الْقِيَّاس	ditulis	al-qiyâs
------------	---------	----------

b. Bila di ikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السَّمَاء	ditulis	as-samâ
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau percakapannya.

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	zawi al-furûd
-----------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan tenaga, dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Ahmad Faozan, Lc., M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
9. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si., selaku dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan Ibu.
12. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
14. Seluruh pihak Pasar Sinduraja yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut untuk pedagang dan konsumen Pasar Sinduraja yang telah meluangkan waktu untuk di wawancarai.
15. Untuk diriku, Firli Dwi Lestari terima kasih yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
16. Kedua orang tua saya, Bapak Aziz Dasori Wijianto dan Ibu Tri Wahyuni, kakak saya Alifia Roufah Yanuar, serta keluarga besarku yang selalu mendoakan, dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
17. Terimakasih untuk teman-teman kelas Ekonomi Syariah D angkatan 2020 yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi, semoga dilancarkan segala urusannya.
18. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Evika Yulianti, Dwi Mega Utami, Danun Zainaddin Zidan, Muhammad Ilham Rusdi, Ahmad Na'im Mubarak, Muhammad Irza Ardian Haq yang telah membersamai dalam pengerjaan skripsi ini.

19. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Alifah Nur Imaniah, Noka Nitaistiana, Dea Amalia Sholihah, Amanda Desfina Fauziah, Ainindita Febrianti, Pelita Dita Elsanti yang telah mensupport dalam pengerjaan skripsi ini.
20. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Aprilia Mugi Rahayu, Shofi Aisyatu Sekar, Lutfi Setianingrum, Adelia Putri Ifosioni, Saibatul Aslamiyah, Muhammad Ridwan, Mohamad Kholidin, penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu, yang tidak disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Aamiin.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritikan yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat- Nya pada kita semua.

Purwokerto, 09 Oktober 2024



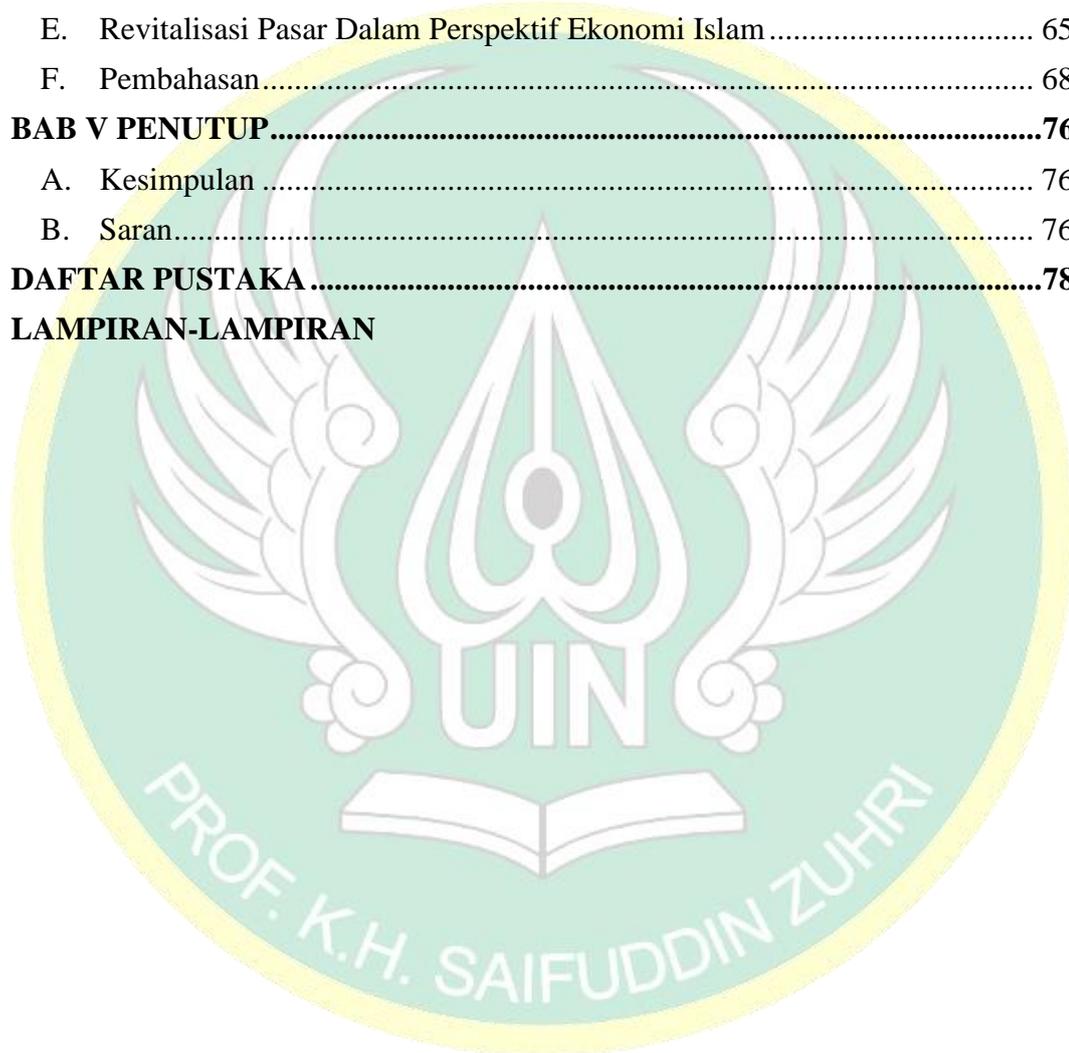
Firli Dwi Lestari

2017201186

DAFTAR ISI

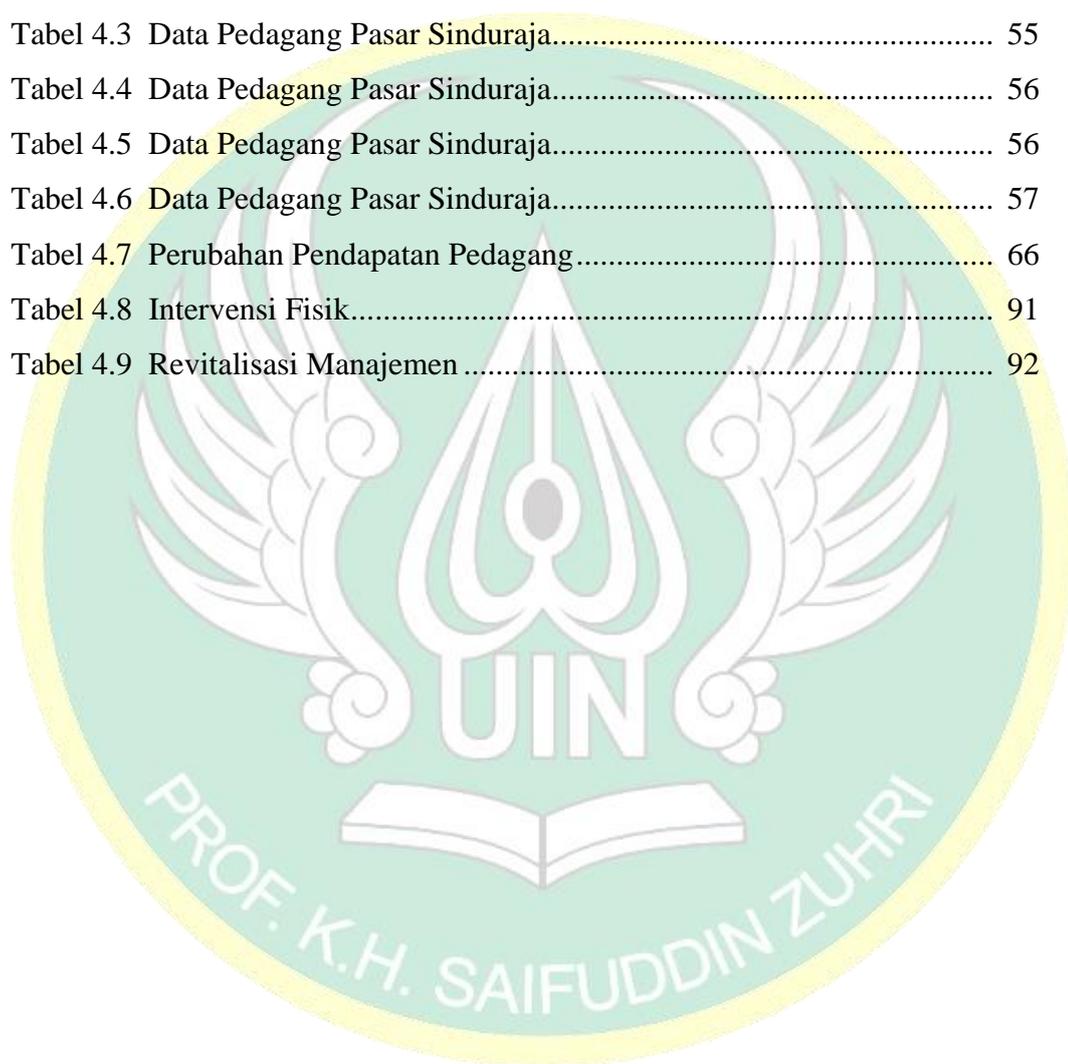
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Pasar	11
B. Revitalisasi	17
C. Pendapatan	25
D. Minat Belanja.....	27
E. Kajian Pustaka.....	30
F. Landasan Teologis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	44

G. Uji Keabsahan Data.....	45
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	47
A. Gambaran Umum Pasar Sinduraja	47
B. Revitalisasi Pasar	52
C. Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Sinduraja.....	56
D. Dampak Revitalisasi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	61
E. Revitalisasi Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam	65
F. Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel jumlah pedagang di Pasar Sinduraja	2
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4.1	Jumlah Pedagang Setelah Revitalisasi	54
Tabel 4.2	Data Pedagang Pasar Sinduraja.....	54
Tabel 4.3	Data Pedagang Pasar Sinduraja.....	55
Tabel 4.4	Data Pedagang Pasar Sinduraja.....	56
Tabel 4.5	Data Pedagang Pasar Sinduraja.....	56
Tabel 4.6	Data Pedagang Pasar Sinduraja.....	57
Tabel 4.7	Perubahan Pendapatan Pedagang.....	66
Tabel 4.8	Intervensi Fisik.....	91
Tabel 4.9	Revitalisasi Manajemen	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar Sinduraja.....	54
Gambar 1.2 Susunan Organisasi Pasar Sinduraja	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Wawancara dengan Kepala Pasar Sinduraja
Lampiran 3	Wawancara dengan Pedagang
Lampiran 4	Wawancara dengan Konsumen
Lampiran 5	Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya proses transaksi secara langsung. Dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartikan sebagai tempat, tetapi lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut (Aprianto & Carmidah, 2023). Tidak hanya itu pasar juga merupakan penunjang peningkatan anggaran pendapatan daerah. Salah satu upaya untuk menjaga pasar tradisional agar tetap eksis di kalangan masyarakat adalah dengan cara revitalisasi. Kebijakan revitalisasi pasar ini adalah upaya pemerintah untuk menjadikan pasar tradisional tetap hidup dan berkembang.

Dalam konteks pasar, revitalisasi pasar adalah upaya untuk menghidupkan kembali atau memperbaiki pasar yang mungkin telah mengalami penurunan aktivitas perdagangan, kerusakan fisik, penurunan minat publik, atau masalah lainnya. Revitalisasi pasar dapat melibatkan berbagai tindakan seperti pembaruan infrastruktur fisik, promosi dan pemasaran, perluasan jangkauan produk dan layanan, peningkatan kebersihan dan keamanan, serta keterlibatan komunitas dalam pengelolaan pasar.

Kebijakan akan revitalisasi pasar tradisional juga dilakukan pada Kabupaten Purbalingga, yang merupakan salah satu dari total 35 kabupaten yang berada pada Provinsi Jawa Tengah. Data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah tahun 2013 menunjukkan bahwa, pada Kabupaten Purbalingga terdapat 21 pasar tradisional dan 59 pasar modern (Statistik, 2013). Data tersebut menunjukkan bahwa adanya perbedaan yang jauh akan jumlah pasar tradisional dan pasar modern. Pemerintah kabupaten Purbalingga termasuk salah satu yang sangat konsisten melindungi adanya pasar tradisional. Purbalingga ditetapkan sebagai salah satu penerima alokasi dana dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) RI Tahun Anggaran 2019 sebesar Rp 4 Miliar. Alokasi dana

tersebut digunakan untuk melaksanakan program revitalisasi pasar rakyat yakni Pasar Sinduraja, Kecamatan Kaligondang (news.republika.co.id).

Pasar Sinduraja ini terpilih karena kondisinya sudah kurang representatif untuk aktivitas perdagangan khususnya pada sisi bangunan yang berpengaruh juga pada tidak nyamannya masyarakat dalam berbelanja di pasar. Banyak pedagang di Pasar Sinduraja yang berjualan di tepian jalan sehingga menyebabkan lalu lintas terhambat. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi pertimbangan perlunya segera dilakukan revitalisasi pasar.

Revitalisasi pasar Sinduraja direncanakan pada tahun 2019 dan selesai pada tahun 2020 namun Kembali aktif di gunakan pada tahun 2021. Adapun data para pedagang di Pasar Sinduraja sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tabel jumlah pedagang di Pasar Sinduraja

NO	Tempat Berjualan	Jumlah Pedagang
1.	Kios Dalam	31
2.	Kios Luar	19
3.	Los Dalam	68
4.	Pelataran Pasar	172
5.	Pedagang Recekan	70
Jumlah Pedagang		370

Sumber data : jateng.bpk.go.id 2019

Berdasarkan tabel diatas banyaknya pedagang yang berjualan dipelataran inilah yang menyebabkan tidak tertatanya Pasar Sinduraja. Kondisi fisik pasar sinduraja memang saat itu sangat memprihatinkan dan tidak *representative* untuk kegiatan perdagangan. Kondisi pasar yang sempit membuat pedagang berjualan sampai di pinggir jalan raya yang berpengaruh ke lalu lintas sekitar. Dari segi bangunan pasar juga sudah

tidak layak, saat hujan pasar sinduraja sangat becek dan membuat para pembeli harus berhati hati dalam berjalan agar tidak terpeleset. Tidak ada pengelompokan dagangan semua pedagang bebas dalam menentukan tempat berjualan hanya pedagang tertentu yang tidak berpindah pindah tempat.

Harapan adanya revitalisasi di pasar sinduraja tentunya agar tertatanya pasar dan perekonomian diwilayah itu semakin maju namun pada kenyataannya ada sebagian pedagang di pasar sinduraja malah berpendapatan semakin menurun. Sebelum di revitalisasi pasar sinduraja merupakan pasar yang ramai karna sebagian besar mata pencaharian masyarakat di Kaligondang adalah pedagang. Pasar sinduraja merupakan pusat penjualan pisang di Purbalingga. Banyak warga dari luar yang mencari pisang ke pasar Sinduraja dikarenakan pasar ini mudah di akses lokasinya yang tepat dipinggir jalan raya.

Revitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan maksud untuk mensejahterakan masyarakat dapat menghadapi beberapa kendala, diantaranya: salah satunya menyangkut problem tata ruang. Selama ini, para pedagang selalu berebut menempati lahan dasar (*lower ground*) untuk meraup keuntungan dari pembeli. Karena itu, adanya pembangunan mereka khawatir lahan yang ditempati bakal digeser (Rita & Darmawan, 2022). Ini juga yang terjadi di pasar sinduraja setelah revitalisasi terjadi kesejahteraan pedagang yang berbeda-beda ada yang mengalami penurunan ada yang mengalami ketetapan pendapatan. Pedagang yang mengalami penurunan pendapatan salah satu alasan nya karna tempat yang di berikan setelah revitalisasi sempit dan penataan yang kurang efektif membuat pedagang tidak bisa menaruh barang jualan sebanyak sebelum di revitalisasi.

Revitalisasi ini tidak hanya bertujuan untuk membenahi kondisi fisik tetapi juga akan menata ulang struktur pasar membenahi sistem pengelolaan pasar. Para pedagang dan pengelola pasar juga harus dituntut mampu untuk melihat bagaimana perilaku konsumen dalam berbelanja

dipasar tradisional. (Juliarta & Darsana, 2015) menyebutkan bahwa mayoritas perilaku konsumen akan memilih tempat berbelanja yang sudah dikategorikan jenis barang-barangnya. Pasar tradisional yang dulunya terlihat kotor dan kumuh kini terlihat bersih dan nyaman seperti halnya pasar modern, tetapi tidak menghilangkan salah satu ciri khas pasar tradisional yaitu kegiatan tawar-menawar yang tetap terjadi. Kondisi seperti ini diharapkan bisa dijaga sehingga dapat kembali menarik minat masyarakat untuk kembali membeli kebutuhan pokok dipasar tradisional.

Setelah revitalisasi di Pasar Sinduraja minat masyarakat berbelanja menurun pedagang menyatakan pendapatan mereka tidak semua meningkat. Sebagian pedagang mengeluhkan iuran terlalu mahal tempat yang mereka terima terlalu sempit tidak cukup untuk menaruh dagangan mereka. Setelah adanya revitalisasi semua pedagang diberikan tempat dagang dengan ukuran yang sama bila ingin mendapat tempat yang strategis mereka harus membayar biaya yang lebih tinggi menurut pedagang, inilah salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya pendapatan mereka.

Tujuan lain dari revitalisasi pasar adalah untuk menciptakan lingkungan pasar yang lebih dinamis, menarik, dan berkelanjutan yang dapat melayani kebutuhan masyarakat secara efektif, memfasilitasi pertumbuhan ekonomi lokal, mempertahankan warisan budaya dan tradisi, serta memperkuat ikatan sosial dalam komunitas setempat. Revitalisasi pasar sering kali melibatkan kerja sama antara pemerintah, pemilik pasar, pedagang, dan komunitas lokal untuk mencapai hasil yang optimal. Kebijakan pasar tradisional ini mungkin salah satu kebijakan pemerintah yang sangat tepat untuk membuat pasar tradisional ini tetap hidup kembali dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman.

Dengan adanya revitalisasi pasar tradisional pemerintah dapat mengembalikan peran penting pasar tradisional untuk menjadi pusat perdagangan pedagang-pedagang untuk memasarkan produk-produk usaha kecil dan menengah (UKM) agar tidak kalah saing dengan pasar

modern yang terus berkembang.

Salah satu bagian penting bagi perekonomian Indonesia adalah UMKM. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi. Salah satu contoh UMKM adalah pedagang kecil di pasar. UMKM dapat dimasukkan sebagai elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan. Hal ini juga yang bisa menjelaskan kenapa pertumbuhan UMKM semakin penting di pedesaan. Sesuai teori dari A. Lewis (suplai tenaga kerja tak terbatas), kondisi kelebihan tenaga kerja di pedesaan akan menciptakan arus manusia terus-menerus dari pedesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan ekonomi perkotaan tidak dapat menyerap jumlah pengangguran akan meningkat oleh karena itu, kegiatan non pertanian di pedesaan diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja sehingga dapat membatasi arus migrasi ke perkotaan. Dalam hal ini UMKM di pedesaan dapat memainkan suatu peranan krusial. Aktivitas yang terjadi di suatu pusat perdagangan seperti pasar tradisional merupakan salah satu sub sistem pusat perdagangan di suatu kota yang menjadi salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengetahui pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu daerah (Cyntia Pratiwi & Kartika, 2019).

Selain itu Revitalisasi juga memiliki potensi yang besar untuk mendukung pengembangan ekonomi Islam revitalisasi pasar dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mendukung pengembangan ekonomi Islam, dengan mempromosikan prinsip-prinsip ekonomi Islam, mendukung kewirausahaan dan kemitraan, serta memperluas akses terhadap produk halal dan mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat muslim. Aktivitas yang terjadi di suatu pusat perdagangan seperti pasar tradisional merupakan salah satu sub sistem pusat perdagangan di suatu kota yang menjadi salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengetahui pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu

daerah (Cyntia Pratiwi & Kartika, 2019).

Revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah sebaiknya tidak hanya memerhatikan kondisi pasar, volume perdagangan dalam pasar, ketersediaan lahan yang digunakan untuk perbaikan pasar, dan desain rencana perbaikan pasar, selain itu perlu membatasi pertumbuhan pasar modern. Tanpa regulasi pembatasan pasar modern ini maka revitalisasi yang dilakukan tidak akan berarti dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang pasar tradisional (Adiyadnya, 2015). Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan berbelanja dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat tidak hanya dari pedagang namun dari konsumen pun merasakan perbedaannya.

Sesuai dengan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Serta Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sinduraja Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga)”**.

B. Definisi Operasional

1. Revitalisasi

Revitalisasi menurut KBBI adalah proses, cara, perbuatan menghidupkan atau menggiatkan kembali. Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/degradasi. Secara konseptual revitalisasi merupakan usaha meningkatkan vitalitas (kehidupan) kawasan kota melalui peningkatan dan pembaharuan kualitas lingkungan, dengan

mempertimbangkan aspek sosial budaya dan karakteristik kawasan (Annisa Indah Mashita, 2023)

2. Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Sedangkan Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dengan proses jual beli barang dagangan ciri khas tawar-menawar (Sultan, 2019)

3. Pendapatan Pedagang

Pendapatan menurut Baridwan (2001) merupakan aliran masuk harta atau aktiva yang timbul akibat penyerahan barang atau jasa yang dilakukan suatu unit usaha selama periode tertentu. Menurut pandangan lain pendapatan adalah total yang diterima individu atau rumah tangga selama periode waktu tertentu. Pendapatan merupakan kenaikan akan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi yang berbentuk pemasukan atau penambahan aset bahkan penurunan akan kewajiban yang berakibat pada kenaikan ekualitas bukan berasal dari kontribusi penanam modal (Yuni Saputri & Sari Islami, 2021).

4. Minat Beli

Menurut Kotler dan Keller (2016) definisi Minat beli/belanja merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. minat berbelanja masyarakat di pasar tradisional merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Apabila mereka merasa suka ketika berbelanja di pasar

tradisional misalnya karena tempatnya yang nyaman, produk yang beraneka ragam, produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, pelayanan yang ramah, dan harga yang lebih murah serta dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka minat mereka akan meningkat untuk berbelanja atau berkunjung lagi ke pasar tradisional pramuniaga (Sihombing et al., 2019).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan dilatar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang di pasar sinduraja?
2. Bagaimana dampak revitalisasi pasar sinduraja terhadap minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Revitalisasi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tradisional Sinduraja.
2. Untuk menganalisis pengaruh Revitalisasi terhadap minat beli konsumen di pasar sinduraja.

Setelah disebutkan beberapa tujuan dari penelitian, berikut manfaat dari penelitian :

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta wawasan para akademik terutama mengenai beberapa dampak dari revitalisasi pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi pengembangan dan bahan masukan dalam mengambil kebijakan di daerah Kaligondang.

b. Bagi *Stakeholder*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengelolaan pasar agar mampu menjadikan peningkatan perekonomian di pasar sinduraja.

c. Bagi *civitas* akademika

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu pengetahuan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun guna mempermudah pembaca dalam melihat bagian secara rinci dari penelitian ini. Sistematika pembahasan pada penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, isi serta bagian akhir. Bagian awal terdiri sampul depan, sampul dalam judul skripsi, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak dan kata kunci, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran. Bagian kedua terdiri dari 5 bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini memuat penjabaran yang menggambarkan pola berpikir dalam penyusunan skripsi ini. Di dalamnya dibahas aspek-aspek yang terkait dengan konteks permasalahan, perumusan masalah, kegunaan penelitian, serta struktur pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini diuraikan dasar teori, tinjauan literatur, kerangka teori yang memuat penjelasan mengenai pengaruh dari revitalisasi terhadap pendapatan pedagang dan minat Masyarakat berbelanja.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tiga berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari

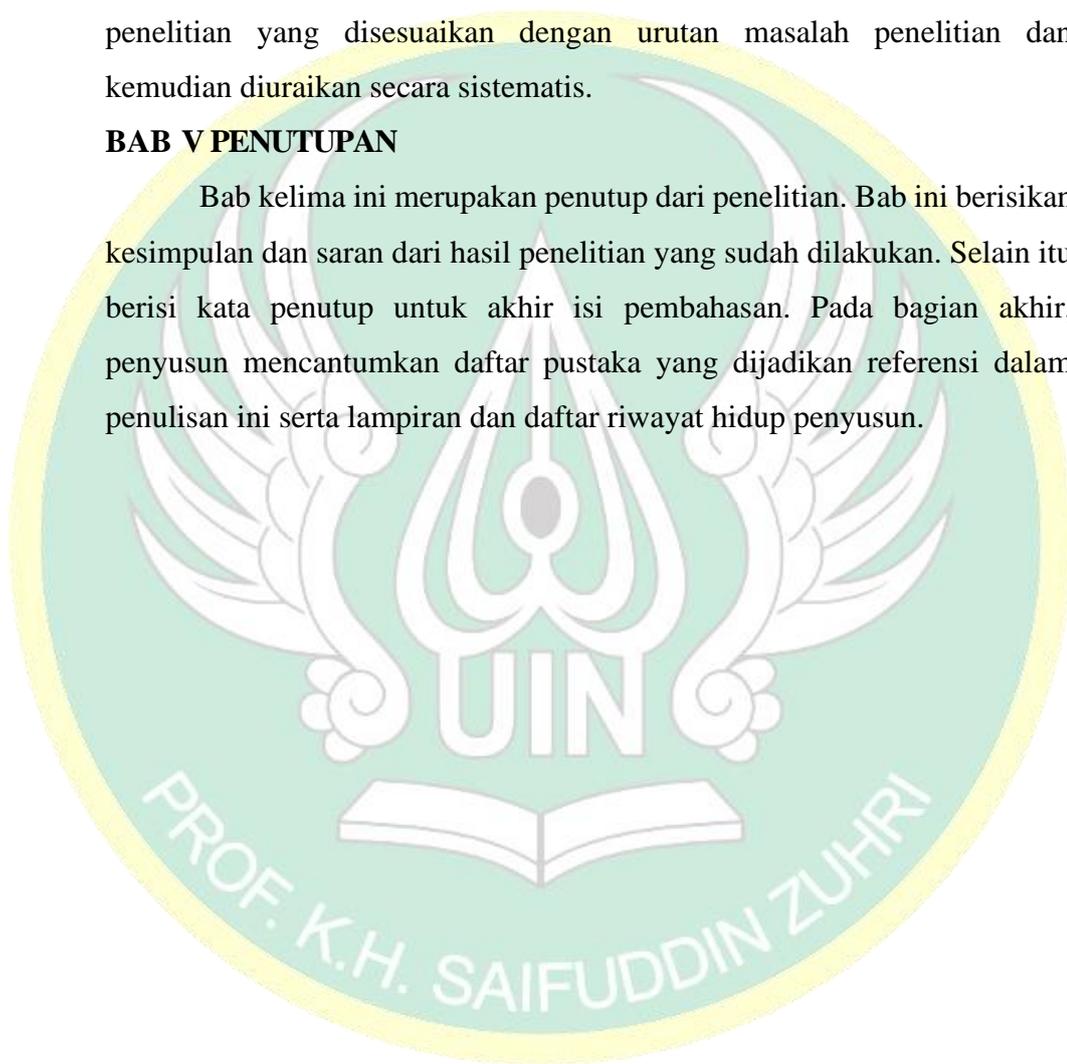
penentuan jenis penelitian yang digunakan, lokasi dan tempat penelitian, jenis dan sumber data serta teknik pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab empat ini akan berisikan pembahasan yang berisi penyajian laporan dari hasil penelitian yang berupa pemaparan data serta fakta temuan penelitian yang disesuaikan dengan urutan masalah penelitian dan kemudian diuraikan secara sistematis.

BAB V PENUTUPAN

Bab kelima ini merupakan penutup dari penelitian. Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Selain itu berisi kata penutup untuk akhir isi pembahasan. Pada bagian akhir, penyusun mencantumkan daftar pustaka yang dijadikan referensi dalam penulisan ini serta lampiran dan daftar riwayat hidup penyusun.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Menurut Todaro & Smith, menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara ditunjukkan oleh tiga nilai pokok yaitu berkembangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya (*sustenance*), meningkatnya harga diri masyarakat sebagai manusia (*self-sistem*) dan meningkatnya kemampuan masyarakat (*freedom from servitude*) (Michael, 2006). Dimana, pembangunan ekonomi dapat dipandang sebagai suatu proses yang dapat meningkatkan kegiatan ekonomi dan taraf kesejahteraan masyarakat dari satu tahap pembangunan ke tahap pembangunan yang lainnya.

Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu (Kotler, 2005:157). Artinya, tatanan pasar ditentukan atas banyaknya permintaan dan penawaran yang paling potensial, dan harus ada tempat atau wilayah sebagai titik fokus terhadap berlakunya sebuah pasar. Secara umum pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Pengertian pasar yang terdapat pada Kamus Terbaru Ekonomi dan Bisnis adalah tempat terjadinya penawaran dengan permintaan antara penjual yang menukarkan barang yang dimiliki dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uang yang dimilikinya dengan barang ataupun jasa (Yuni Saputri, 2021).

Secara sempit pasar dapat diartikan sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Secara luas pasar merupakan proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk mendapatkan harga keseimbangan atau kesepakatan atas tingkat

harga berdasarkan permintaan dan penawaran (Hamid, 2022). Pasar juga bisa diartikan tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya.

Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual tenaga dan keahliannya pemilik lahan menjual dan menawarkan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua akan berperan ganda yaitu sebagai penjual dan pembeli (Hamid, 2022).

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin majunya teknologi pasar tidak saja sebagai tempat terjadinya transaksi jual-beli barang dan jasa bagi masyarakat yang ada disekitar pasar, lebih dari itu pasar telah dijadikan sebagai sarana penggerak roda perekonomian dalam skala besar. Keberadaan pasar mempunyai fungsi yang sangat penting, secara umum terdapat tiga fungsi utama pasar yaitu sebagai sarana distribusi, sebagai pembentuk harga, dan sebagai sarana promosi.

Pasar merupakan suatu wadah utama penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala kecil. Pasar merupakan tempat bagi mereka yang ingin memenuhi kebutuhannya, dimana uang dijadikan alat untuk bertransaksi guna memenuhi keinginan mereka dalam berbelanja barang atau jasa yang mereka butuhkan. Keberadaan pasar ditengah-tengah masyarakat memiliki peran yang sangat penting karena di dalam pasar terdapat berbagai macam kebutuhan pokok, berupa bahan pangan maupun sandang yang dijual secara grosir maupun eceran. Berkaitan dengan pola konsumsi, sebagian besar masyarakat mengenal pasar tradisional sebagai salah satu tempat perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Cyntia Pratiwi, 2019).

Pasar melahirkan suatu pusat perdagangan yang bisa diperoleh

masyarakat sebagai tempat berkumpulnya antara penjual dan pembeli yang memiliki arah tujuannya masing-masing. Menurut (Hadi Muktadir & Usman, 2023), pasar merupakan keadaan dimana kandidat penjual dan pembeli melangsungkan kesepakatan akan mendapatkan satu jasa dan barang sebesar loyalitas yang telah dikeluarkan. Istilah pasar yang merujuk pada sosiologi ekonomi dapat diartikan sebagai salah satu lembaga penting dalam sebuah institusi ekonomi yang dapat menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi, fungsi pasar tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Jika melihat pasar dari sisi kegiatannya, salah satu indikatornya yaitu pasar tradisional, yang mendapat bagian peran dan fungsinya sebagai wadah dalam roda ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Keberadaan suatu pasar bagi konsumen, baik pasar modern maupun pasar tradisional tergantung pada persepsi konsumen. Persepsi kondisi pasar sendiri berbeda-beda dimana dapat dilihat jelas dari ekonomi pembeli golongan atas dengan pembeli golongan menengah atau bawah. Bagi pembeli golongan atas, merasa lebih menyukai tempat yang nyaman, bersih, tempat parkir yang luas, pelayanan dari pramuniaga yang ramah, dan metode pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut adalah kondisi yang dapat ditemukan di pasar modern, seperti minimarket, supermarket, pusat perbelanjaan dan mall. Sedangkan bagi pembeli golongan menengah dan bawah lebih senang berbelanja di pasar tradisional, karena mampu melakukan tawar menawar harga, dekat dengan lokasi tempat tinggalnya, dan semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia (Mangeswuri & Purwanto, 2010).

Pasar harus dapat memenuhi fungsi strategisnya yaitu, memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat, Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penguatan nilai sosial dan budaya Indonesia, serta menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Cyntia Pratiwi & Kartika, 2019).

Dengan adanya pasar kita bisa dengan mudah membeli sesuatu jika membutuhkan barang tertentu. Pasar menjual barang yang beragam, mulai dari makanan, elektronik, jasa bahkan sampai penjualan pakaian. Pasar memiliki jenis-jenis sendiri, hal ini karena setiap pasar di daerah tertentu terdapat kebutuhan yang juga berbeda-beda. Menurut jenis transaksinya pasar terdiri dari pasar tradisional dan pasar modern (Qolbi et al., 2023).

2. Jenis-Jenis Pasar

Dalam perkembangannya pasar dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis. Menurut (Yansyah et al., 2021), berdasarkan pola manajemen yang dipakai, pasar dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu:

1) Pasar Tradisional

Pasar tradisional ialah tempat dimana terjadinya interaksi antara penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi setelah terjadinya proses tawar menawar secara langsung tanpa melalui perantara. Dalam pasar tradisional atau disebut juga dengan pasar rakyat menyediakan berbagai macam bahan kebutuhan pokok seperti, sandang dan pangan yang dijual dengan harga yang lebih murah. Selain sebagai tempat untuk melakukan transaksi antara penjual dengan pembeli, pasar juga merupakan salah satu bentuk budaya asli Indonesia dimana didalamnya terdapat rasa kebersamaan, rasa asih, asuh serta tenggang rasa antar sesama (Yuni Saputri, 2021). Pasar tradisional memiliki ciri khas yang sangat mudah dikenali, seperti banyaknya kios-kios, beraneka barang di toko kelontong, berbelanja dengan mengecer (baik itu kebutuhan pokok, sayuran, buah, dan keperluan sandang serta kebutuhan sekunder lainnya) (Larasati, 2023).

Pasar tradisional merupakan bentuk ekonomi kerakyatan yang memberikan kontribusi besar terhadap pilar perekonomian di Indonesia. Ketahanan dan kelangsungan hidup pasar tradisional akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian nasional. Sehingga pemerintah harus tetap menjaga keberadaan pasar tradisional. Pasar tradisional mempunyai peran strategis dalam hal penyerapan tenaga

kerja (Mokalu et al., 2021).

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa tokoh, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Adapun ciri-ciri pasar tradisional yaitu (Hamid, 2022):

- a. Terjadinya proses tawar-menawar
- b. Kebutuhan rumah tangga seperti bahan mentah untuk makanan menjadi produk utama yang dijual di pasar ini.
- c. Berlokasi di tempat terbuka
- d. Faktor penentu besarnya penjualan dipengaruhi oleh harga, lokasi, maupun cara pelayanan.

Pasar tradisional umumnya memiliki kondisi lingkungan yang tidak nyaman seperti kotor, becek, bau dan biasanya terdiri dari los atau tenda. Pasar tradisional juga memiliki berbagai kekurangan yang telah menjadi karakter yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor tata ruang, tata letak, kurangnya promosi penjualan, dan tempat parkir yang berantakan. Untuk mengatasi berbagai masalah yang muncul dalam kegiatan pasar tradisional yaitu dilakukan program revitalisasi yang diharapkan bisa mempertahankan eksistensi pasar tradisional.

2) Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat orang dapat membeli barang dengan nyaman dan bersih serta menyediakan barang-barang dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar (Wibowo et al., 2022). Sebagian besar pasar modern menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, kue kering, pakaian, barang-barang listrik dan lainnya dengan kualitas yang

terjamin.

Pasar Modern sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga *fixed* (tetap), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi, kenyamanan dan keamanan sudah menjadi prioritas utama (Yansyah et al., 2021).

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket atau pun grosir yang berbentuk perkulakan (Sarwoko, 2008).

Awal berkembangnya pasar modern lebih banyak ditunjukkan untuk penduduk berpendapatan menengah ke atas, kini mereka mulai masuk ke kalangan masyarakat kelas menengah kebawah dengan membuka gerai-gerai sampai wilayah kecamatan. Dua pasar modern yang gencar-gencarnya membuka gerai sampai ke daerah-daerah adalah Indomaret dan Alfamart. Maraknya perkembangan pasar modern akan menyudutkan pasar tradisional karna menggunakan konsep penjualan yang lebih lengkap. Jarak pasar modern yang sangat dekat dengan pasar tradisional serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh terhadap omset penjualan pedagang pasar (Wibowo et al., 2022).

3. Fungsi Pasar

Keberadaan pasar mempunyai fungsi yang sangat penting, secara umum terdapat tiga fungsi utama pasar yaitu sebagai sarana distribusi, sebagai pembentuk harga, dan sebagai sarana promosi (Cyntia Pratiwi & Kartika, 2019).

Fungsi lain dari pasar yaitu sebagai tempat atau wadah untuk

pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang, diantaranya:

- a. Segi Ekonomi, merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mawadahi kebutuhan masyarakat.
- b. Segi sosial budaya, merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.
- c. Arsitektur, menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

B. Revitalisasi

1. Pengertian Revitalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, revitalisasi berarti proses, cara, dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya. Dari adanya revitalisasi pasar ini diharapkan mampu menjaga eksistensi pasar tradisional serta mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan kesejahteraan pedagang pasar (Yuni Saputri & Sari Islami, 2021). Sedangkan menurut peraturan Menteri perdagangan RI No. 84 tahun 2018 Revitalisasi ialah salah satu program yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk melakukan perbaikan atau pemvitalan kembali suatu daerah yang dahulu pernah vital atau hidup namun mengalami kegagalan. Jika fokus utama dari revitalisasi yakni perbaikan struktur manajemen dapat dikelola dengan baik oleh individu yang kompeten maka program pembangunan yang dilakukan dapat tercapai sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

Secara umum Revitalisasi merupakan suatu upaya memvitalkan kembali kawasan atau suatu bagian kota yang dahulunya pernah hidup, akan tetapi mengalami kemunduran sehingga diharuskan adanya suatu pembaharuan dalam aspek fisik maupun ekonomi (sulasih, 2014). Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang-Undang

Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan (Rudiyanto, 2020):

- a) Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk.
- b) Pembangunan dan atau revitalisasi Pasar Rakyat.
- c) Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional.
- d) Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing, dan
- e) Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar Rakyat. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Presiden.

Faktor-faktor yang mempengaruhi adanya revitalisasi menurut (Yansyah et al., 2021), adalah sebagai berikut:

- a) Bangkrutnya sebagian besar dari sektor-sektor penyumbang PDRB, terutama sektor yang terkait dengan kegiatan ekonomi.
- b) Menurunnya populasi dalam kawasan, berubahnya struktur demografi masyarakat dan menurunnya kondisi fisik bangunan.
- c) Melemahnya komunitas dan organisasi yang mewadahi masyarakat lokal, hilangnya kepemimpinan lokal, dan modal sosial di masyarakat serta tidak adanya peran dari pemerintah.

Menurut Martokusumo (2008), revitalisasi lahir dari upaya untuk memberdayakan sebuah kawasan ketika kawasan tersebut mulai menurun karena ditinggalkan penduduknya sebagai akibat langsung dari perluasan aktivitas ekonomi, tekanan sosial dan/atau dampak pembukaan daerah hunian baru di daerah pinggiran kota. Secara konseptual revitalisasi merupakan usaha meningkatkan vitalitas (kehidupan) kawasan kota melalui peningkatan dan pembaharuan kualitas lingkungan, dengan mempertimbangkan aspek sosial budaya dan karakteristik kawasan.

Revitalisasi akan membuat suatu kawasan menjadi baik dengan diukur dari:

- a) Kualitas lingkungan dan kehidupan yang baik bagi komunitasnya.
- b) Tersedianya fasilitas lingkungan dan proses atau kegiatan ekonomi.
- c) Kapasitas pendukung dari sumber daya memadai.

Dari pendapat Martokusumo tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa revitalisasi pasar tradisional dimaksudkan untuk meremajakan dan memberdayakan kembali pasar tradisional yang semakin terdesak oleh pasar modern. Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat. Keberadaan pasar tradisional sudah saatnya dilestarikan untuk menunjang pembangunan perekonomian dari masing-masing daerah (Adiyadnya & Setiawina, 2015).

2. Revitalisasi Pasar Tradisional

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk; Pembangunan dan revitalisasi pasar rakyat, Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional, Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing, Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat (Hamid, 2022).

Revitalisasi adalah suatu proses yang harus dilakukan oleh pasar

tradisional agar bisa bersaing di era globalisasi dan menjaga eksistensi di tengah-tengah persaingan dengan pasar-pasar modern. Banyaknya pasar modern dan mini market dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional.

Program revitalisasi pasar dikeluarkan untuk menghapus citra kurang baik yang biasanya melekat pada pasar tradisional. Tujuan dari adanya program revitalisasi pasar tradisional yaitu untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional itu sendiri sehingga dapat bersaing dengan pasar modern. Program revitalisasi pasar tradisional yang dikelola oleh desa diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan pedagang di pasar tradisional untuk meningkatkan pendapatan pedagang. Pasar tradisional sebagai pusat pembangunan perekonomian, diharapkan mampu bertahan bahkan terus berkembang menghadapi dunia persaingan untuk merebut konsumen. Pasar tradisional harus bersaing dengan pasar modern dan usaha ritel dimana keduanya merupakan usaha yang sangat diminati karena perannya yang sangat strategis (Adiyadnya & Setiawina, 2015).

Revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah sebaiknya tidak hanya memperhatikan kondisi pasar, volume perdagangan dalam pasar, ketersediaan lahan yang digunakan untuk perbaikan pasar, dan desain rencana perbaikan pasar, selain itu perlu membatasi pertumbuhan pasar modern. Tanpa regulasi pembatasan pasar modern ini maka revitalisasi yang dilakukan tidak akan berarti dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang pasar tradisional. Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat (Pramudyo, 2020).

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

a) Revitalisasi Fisik

Revitalisasi ini dilakukan secara bertahap meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan ruang terbuka kawasan.

b) Revitalisasi Bidang Manajemen

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

c) Revitalisasi Bidang Ekonomi

Revitalisasi dilakukan dengan melihat tingkat kebutuhan masyarakat. Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial.

d) Revitalisasi Sosial Budaya

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik. Jadi bukan sekedar membuat tempat yang baik. Aktivitas tersebut harus memiliki dampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan berkehidupan sosial masyarakat atau warga (Sihombing et al., 2019).

Revitalisasi akan membuat suatu kawasan menjadi baik dengan diukur dari:

- a) Kualitas lingkungan dan kehidupan yang baik bagi komunitasnya.
- b) Tersedianya fasilitas lingkungan dan proses atau kegiatan ekonomi.
- c) Kapasitas pendukung dari sumber daya memadai (Pramudyo, 2020).

Tujuan revitalisasi dapat dipastikan adalah untuk menciptakan

kehidupan baru yang produktif serta mampu memberikan kontribusi positif pada kehidupan sosial budaya dan terutama kehidupan ekonomi kawasan. Artinya, pada hakekatnya revitalisasi merupakan salah satu bentuk mekanisme peremajaan.

3. Dampak Revitalisasi Terhadap Pendapat Pedagang

Pembangunan merupakan suatu proses yang dilakukan secara terstruktur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan sesuai dengan program-program yang telah ditentukan sebelumnya. Setiap perubahan membawa konsekuensi tersendiri bagi para pihak yang secara langsung ikut andil dalam program revitalisasi. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli. Melalui penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat meningkat.

Keadaan perkembangan pembangunan ekonomi merupakan satu diantara harapan dari arah pembangunan yang hendak dijangkau melalui pemerintah daerah maupun pusat dalam kemakmuran masyarakat. Pusat perdagangan merupakan salah satu tempat atau parameter yang bukan hanya sebagai pemenuhan keperluan masyarakat namun juga mampu menyerap banyak tenaga kerja. Pada segi keperluan ekonomi, semakin bertumbuhnya kuantitas sentral perdagangan, baik dalam kondisi tradisional serta modern menyorong terwujudnya keleluasaan kerja bagi besaran orang (Hadi Muktadir & Usman, 2023). Pasar memiliki manfaat tersendiri bagi pedagang (penjual) maupun pembeli (konsumen). Bagi penjual, pasar dijadikan sebagai sarana untuk *men-display* produk yang akan ditawarkan kepada pembeli, sedangkan bagi pembeli pasar dijadikan sebagai sarana untuk menemukan produk yang dibutuhkan (Sitie Putra Bangsa, 2016).

Pasar tradisional memiliki posisi yang sangat penting dalam perekonomian daerah, namun selain berfungsi sebagai tumpuan, juga sebagai wadah bagi nelayan, petani dan lainnya demi mengoptimalkan

hasil panen untuk bersaing dengan pasar lain atau pasar yang lebih maju. Pasar tradisional sebagai representasi bangsa perlu meningkatkan kualitas non fisik dan fisiknya. Adanya program revitalisasi pasar tradisional adalah suatu tindakan yang tepat dilakukan oleh pemerintah. Revitalisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman. Sehingga revitalisasi pasar tradisional adalah upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperbaiki kondisi fisik pasar maupun tata kelolanya agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman (Sitie Putra Bangsa, 2016).

Revitalisasi pasar merupakan usaha untuk memvitalkan kembali fungsi pasar tradisional yang semakin terkikis karena persaingan oleh pasar modern (Badrika & dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widiana, 2023). Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil serta perlu melibatkan pengembangan untuk dikelola secara kreatif.

Kebijakan revitalisasi mencakup tiga aspek yang diantaranya aspek sosial budaya, aspek ekonomi, dan aspek fisik. Dalam proses inovasi pasar diperlukan perluasan unit pasar, pengembangan ruang lingkup pasar dan perbaikan struktur kerja pasar (Storbacka dan Suvi, 2015). Pada aspek sosial budaya, peraturan zonasi yang mengelompokkan pedagang menurut jenis dagangan menyebabkan persaingan diantara pedagang. Selain itu adanya pelanggaran aturan zonasi dapat memicu konflik diantara pedagang karena dianggap merugikan bagi pedagang lain yang sejenis. Pelaksanaan kebijakan revitalisasi juga dapat menyebabkan kesalahpahaman diantara pedagang dan aparat yang dapat merubah hubungan sosial yang selama ini telah terjalin dengan baik. Selain berdampak pada aspek sosial budaya, revitalisasi juga berdampak pada aspek ekonomi. Revitalisasi menyebabkan perubahan pendapatan bagi pedagang (Rizka Aprilia, 2017). Tujuan revitalisasi yang seharusnya yaitu

untuk membenahi pasar menjadi lebih teratur, tertib dan bersih demi kenyamanan masyarakat, serta diharapkan mampu meningkatkan pendapatan para pedagang di pasar.

Hubungan antara revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan sangat mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya, karena revitalisasi dapat membawa perubahan terhadap pasar baik dari segi suasana pasar, tata tertib pasar dan sampai ke pendapatan pedagang. Pendapatan pedagang merupakan hasil berupa uang yang di dapatkan pedagang dari hasil berdagang (Badrika & dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widiana, 2023).

4. Dampak Revitalisasi Terhadap Minat Beli Konsumen

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu (Arohman & Kohar, 2019). Sedangkan menurut (Kusumastuti, 2020), Minat beli merupakan rencana untuk membeli barang atau jasa tertentu di masa mendatang. Minat beli merupakan suatu konsep yang memberikan indikasi kepada produsen mengenai pembelian aktual.

Keputusan konsumen untuk melakukan proses pembelian bisa dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu, seperti variabel yang berasal dari konsumen sendiri ataupun dari lingkungan sekitarnya dan kedua variabel tersebut bisa saja saling berinteraksi satu sama lain. Dorongan yang sering kali timbul dari dalam diri konsumen bentuknya berbagai macam, mulai dari kebutuhan yang harus dipenuhi, keinginan diri sendiri, serta karakteristik konsumen itu sendiri (Maulana et al., 2022). Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, yang membedakan adalah dalam proses pengambilan keputusan tersebut diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup (Sulasih, 2017).

Berdasarkan pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan yang dimaksud dengan minat adalah dorongan atau keinginan dalam diri seseorang yang membuat seseorang merasa senang dan timbul suatu

keinginan.

Adapun keunggulan yang dimiliki dari pasar tradisional yaitu para pembeli dan penjual bertemu langsung untuk melakukan suatu transaksi jual beli dan adanya proses tawar menawar ini dapat menarik minat masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional (Agama & Negeri, 2023). Tindakan tawar menawar antara penjual dan pembeli merupakan suatu nilai lebih yang bisa dirasakan dari pasar tradisional dimana pembeli dan penjual dapat melakukan proses tawar menawar barang yang akan dibeli dan dapat menumbuhkan kesan akrab antara penjual dan pembeli.

Pasar tradisional identik dengan kondisi lingkungan yang kotor kumuh, becek dan bau. Pola pikir masyarakat terhadap ketidaknyamanan berbelanja di pasar tradisional sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung ke pasar tradisional. Revitalisasi salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional agar tetap hidup tidak ditinggalkan oleh pelanggan. Adanya revitalisasi fisik dan penambahan fasilitas yang diharapkan akan dapat membuat pasar menjadi tempat bagi penjual dan pembeli. Revitalisasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang dan meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional.

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Secara luas pendapatan adalah seluruh penerimaan baik yang berupa uang maupun barang baik dari pihak luar maupun dari hasil sendiri dengan jalan yang dinilai atas jumlah harga yang berlaku saat itu dalam bentuk uang (Fitriani, 2022). Menurut pandangan lain pendapatan adalah total yang diterima individu atau rumah tangga selama periode waktu tertentu. Pendapatan merupakan kenaikan akan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi yang berbentuk pemasukan atau penambahan aset bahkan penurunan akan kewajiban yang berakibat pada kenaikan ekualitas bukan berasal dari kontribusi penanam modal (Yuni Saputri & Sari Islami,

2021).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pendapatan adalah seluruh penghasilan yang diterima, baik sektor formal maupun non formal yang terhitung dalam jangka waktu tertentu. Biro pusat statistik merinci pendapatan adalah pendapatan berupa uang segala hasil kerja atau usahanya. Indikator pendapatan digolongkan menjadi 3 bagian, yaitu:

- 1) Tinggi (>Rp 3.500.000)
- 2) Sedang (>Rp 1.500.000 – Rp 3.500.000)
- 3) Rendah (<Rp 1.500.000)

Selanjutnya pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

- 1) Pendapatan kotor, berupa pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran biaya-biaya
- 2) Pendapatan bersih, pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Menurut (Artaman et al., 2016) dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor, diantaranya, modal, lama usaha, jam kerja, dan lokasi usaha.

1) Modal

Sumber modal berasal dari pribadi, kredit bank, campuran antara keduanya, atau kredit informal lain. Modal usaha digunakan untuk menunjang kelancaran operasional perusahaan. Pengertian lain modal yaitu sebagai barang nyata yang dimiliki oleh perusahaan yang terdapat di buku neraca rumah tangga perusahaan.

2) Lama Usaha

Dalam menjalankan usaha perdagangan, lama usaha memegang peranan penting dalam proses melakukan usaha perdagangan. Lamanya suatu usaha dapat menciptakan pengalaman berusaha, melalui pengalaman pedagang secara langsung mengetahui selera yang diinginkan oleh relasi bisnis. Jangka waktu pembukaan usaha perdagangan mempengaruhi tingkat pendapatan, karena berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas dan kinerja pedagang sehingga

menambah efisiensi dan menekan biaya produksi.

3) Jam Kerja Pedagang

Jam kerja merupakan curahan waktu yang digunakan oleh individu dalam melaksanakan kegiatan bekerja untuk memperoleh penghasilan. Ketersediaan tenaga kerja untuk menghabiskan jam kerja dengan waktu yang panjang atau pendek merupakan keputusan tenaga kerja itu sendiri. Jam buka kios pedagang pasar seni mempengaruhi jumlah tamu yang terlayani, sebab pembeli tidak dapat ditentukan jam kedatangannya.

4) Lokasi Usaha

Pemilihan letak lokasi perdagangan harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi memenangkan kompetisi yaitu memilih lokasi yang strategis sebab pedagang dengan lokasi strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis.

Kemudian tujuan utama dari dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang setelah dilihat dari 3 faktor sebelumnya antara lain (Mochtar, 2019):

- 1) Meningkatkan kesejahteraan perekonomian pedagang melalui bertambahnya pendapatan.
- 2) Meningkatkan daya saing terhadap pasar modern.
- 3) Menarik perhatian konsumen dalam kegiatan berbelanja.
- 4) Meningkatkan harga jual produk setelah dilakukan program revitalisasi.
- 5) Meningkatkan pendapatan pemerintah.

D. Minat Belanja

1. Pengertian Minat Beli

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat lebih

dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu (Arohman & Kohar, 2019). Sedangkan menurut Simamora di jurnal (Arohman & Kohar, 2019), minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan objek tersebut.

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Cristian Eva dkk. (2024) menjelaskan, minat beli adalah perilaku yang timbul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, minat beli merupakan tahap penting dalam proses keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen mengevaluasi berbagai faktor sebelum akhirnya melakukan pembelian produk atau jasa yang mereka butuhkan. Dari hasil analisis dalam jurnal Cristian Eva dkk. (2024) ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi perbedaan daya minat beli konsumen pada pasar tradisional, yaitu: Pekerjaan dan Pendapatan, Harga dan Kualitas, Pelayanan dan Pengalaman Belanja (Christin Eva dkk. 2024).

Theory Of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. *Theory of Reasoned Action* merupakan teori yang menyatakan bahwa reaksi dan persepsi seseorang akan suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Sedangkan dalam *Theory Of Planned Behavior*, faktor utama yang mempengaruhinya yaitu minat individu untuk melakukan perilaku tertentu. *Theory Of Planned Behavior* mengidentifikasi tiga faktor penentu minat perilaku yaitu, sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*).

Sikap diartikan sebagai penilaian individu yang baik atau buruk terhadap suatu perilaku. Ketika seseorang menilai suatu perilaku sebagai baik atau buruk, maka secara langsung mengembangkan sikap terhadap perilaku tersebut. Semakin seseorang yakin jika suatu perilaku akan

membawa pengaruh yang baik, semakin besar kemungkinan ia akan memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Begitu juga sebaliknya, semakin seseorang yakin jika suatu perilaku akan membawa pengaruh yang buruk, semakin besar kemungkinan ia akan memiliki sikap negatif terhadap perilaku tersebut.

Dalam *Theory Of Planned Behavior*, ditekankan bahwa kontrol perilaku persepsian cenderung meningkatkan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku di jelaskan tentang bagaimana seseorang memahami bahwa perilaku yang dilakukan adalah hasil dari pengendalian diri mereka sendiri hal ini juga mencakup pikiran individu mengenai seberapa mudah atau sulitnya melakukan perilaku tersebut.

Daya minat beli yang merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi, adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek ataupun keperluan pokok yang tersedia dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian pada alternatif yang paling disukai. Proses ini didasari oleh berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa (Christin Eva. S1, 2024). Beberapa faktor yang mempengaruhi daya minat beli konsumen pada pasar tradisional yaitu :

a. Pekerjaan dan Pendapatan

Pengaruh penghasilan dan pekerjaan terhadap minat beli di pasar tradisional merupakan topik penting dalam memahami dinamika ekonomi lokal. Penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor, termasuk penghasilan dan jenis pekerjaan, dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Tingkat pekerjaan dan pendapatan seseorang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Semakin tinggi tingkat pekerjaan dan pendapatan, semakin besar kemungkinan seseorang menjadi konsumen produk dengan daya jual yang tinggi.

b. Harga dan Kualitas

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh

pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2018:345). Sedangkan menurut Joseph M. Juran kualitas adalah kesesuaian untuk digunakan, yang berarti produk harus memenuhi kebutuhan pengguna.

Faktor harga dan kualitas menjadi pertimbangan penting dalam minat beli konsumen. Harga dan kualitas produk menjadi kriteria yang penting bagi konsumen yang menginginkan harga yang murah dan kualitas produk yang bagus.

c. Penawaran dan Promosi

Pasar tradisional sering kali menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar modern. Hal ini dikarenakan biaya operasional yang lebih rendah dan kemampuan untuk melakukan tawar-menawar antara pedagang dan pembeli. Pedagang di pasar tradisional sering memberikan diskon atau promosi khusus untuk menarik pembeli

d. Pelayanan

Secara umum, pelayanan meliputi kenyamanan yang diberikan, bahkan sampai pada pengetahuan pemilik perusahaan dan karyawan kepada konsumen. Menurut Usmara, kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Pasar menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih tradisional dan ramah dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

E. KAJIAN PUSTAKA

Dalam penyusunan kajian pustaka ini, peneliti memperoleh beberapa sumber informasi yang kredibel baik dari jurnal, penelitian terdahulu, karya ilmiah dan sebagainya yang akan membantu peneliti untuk menggabungkan teori dan hasil penelitian sebelumnya secara mendasar.

Adapun kajian yang menjadi rujukan pertama adalah jurnal yang ditulis oleh Tifani Sasnila Silitonga, Asal Wahyuni Erlin Mulyadi (2021) yang berjudul "Analisis Dampak Ekonomi Implementasi Kebijakan Revitalisasi

Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta” Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya Revitalisasi Ekonomi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang yang ada di pasar, dikatakan bahwa dari pihak dinas dan pengelola pasar tidak melakukan upaya pembinaan atau pemberdayaan terhadap para pedagang. Sementara dari segi pendapatan, secara keseluruhan berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang dikatakan bahwa mereka mengalami penurunan keuntungan dan penghasilan sehingga disimpulkan bahwa tingkat pendapatan pedagang menurun (Silitonga & Mulyadi, 2021).

Menurut Annisa Indah Masitha (2023) penelitian yang berjudul “Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang” dengan teknik pengumpulan data kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa berbagai dampak sosial ekonomi dari pelaksanaan revitalisasi Pasar Wonokromo yang dirasakan pedagang berbeda-beda bergantung lapisan kelompok pedagang. Revitalisasi pasar bagi pedagang besar yang relatif memiliki kapital ekonomi dan sosial yang stabil membawa perubahan positif seperti keinginan dan semangat untuk memajukan usahanya agar berkembang lebih baik. Bagi pedagang kecil, revitalisasi pasar dirasakan belum membawa kesejahteraan ke arah yang lebih baik. Adanya revitalisasi pasar mematikan usaha mereka yang terlihat dengan perubahan pendapatan yang menurun dibandingkan ketika sebelum direvitalisasi (Annisa Indah Mashita, 2023).

Penelitian dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Para Pedagang Di Pasar Kediri Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan” yang ditulis oleh I Nyoman Alit badrika, dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widianana (2023). Metode yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Kediri Kecamatan Kediri Tabanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara. Revitalisasi Pasar Kediri mempengaruhi aspek sosial budaya, ekonomi, dan fisik berdampak pada peningkatan pendapatan bagi para pedagang dan terjadi juga Penurunan pendapatan para pedagang pasar Kediri

Tabanan lebih dikarenakan oleh faktor covid – 19 (Badrika & dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widiana, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Munir Hamid (2022) dengan judul “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang Di Pasar Lembung”. Hasil penelitian menunjukkan Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern. Revitalisasi pasar tradisional sangat berpengaruh pada kepuasan pedagang, cara mengukur kepuasan pedagang dengan menggunakan analisis SWOT. Strategi yang tepat dalam pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Lembung melalui beberapa cara seperti; mempertahankan dan meningkatkan pelayanan serta kebersihan lingkungan pasar guna memberikan kenyamanan dan mempertahankan pelanggan, melakukan kerja sama antar pengelola dengan pedagang agar terjalin kerja sama pedagang dengan pengelola untuk memperbanyak produk yang akan dijual sehingga semakin banyak pilihan produk yang akan dijual ke konsumen, dengan dukungan lokasi yang strategis, meningkatkan produk dagangan yang lengkap serta optimalisasi pembangunan dan revitalisasi dengan menggali dan mengajukan Penghasilan Asli Daerah (PAD) yang ada di Pasar Lembung. Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan maka dilarang seperti; talaqqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku dikota, mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit, menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas buruk (Hamid, 2022).

Penelitian dengan judul Dampak Revitalisasi Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Baturetno Kabupaten Wonogiri” yang di tulis oleh Istarno dan Abu Bakar (2023) hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Program Revitalisasi Pasar Rakyat adalah langkah tepat untuk meningkatkan

daya saing pasar rakyat, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omzet, mendukung kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat dan mendorong terjadinya penguatan pasar dalam negeri di era persaingan global yang kian terbuka lebar (Istarno, 2023).

Menurut Christin Eva, Ivan Rivaldo Sihombing, Suandro Manik, Erika, Tumiar Sidauruk (2024) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Persaingan Pasar Modern Dalam Perspektif Daya Minat Beli Pengunjung”. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang merupakan suatu upaya untuk memahami fenomena sosial yang terjadi melalui interpretasi dan analisis mendalam. Hasil penelitian Adapun kesimpulan dari penelitian ini terhadap analisis perbandingan antara pasar tradisional dan pasar modern dalam perspektif daya minat beli pengunjung yaitu pasar tradisional dan pasar modern menawarkan pengalaman belanja yang berbeda, dengan pasar tradisional menonjolkan interaksi sosial dan keberadaan fisik, sementara pasar modern menekankan kenyamanan belanja online dan akses yang luas terhadap produk. Daya minat beli pengunjung dipengaruhi oleh preferensi personal konsumen, dimana pasar tradisional lebih menarik bagi mereka yang menghargai hubungan interpersonal dan pengalaman belanja yang intim, sementara pasar modern lebih disukai oleh konsumen yang mencari kemudahan dan pilihan produk yang beragam. Peran *branding*, pemasaran, dan inovasi produk memiliki dampak signifikan terhadap daya minat beli pengunjung di kedua jenis pasar. Pasar tradisional cenderung bergantung pada reputasi penjual dan hubungan interpersonal, sementara pasar modern lebih fokus pada strategi pemasaran digital dan pengaruh media sosial.

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Tifani Sasnila Silitonga dan Asal Wahyuni	Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta yang	Hasil yang di peroleh pedagang	Penelitian lebih luas cakupannya

	<p>Erlin Mulyadi (2021), berjudul “Analisis Dampak Ekonomi Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta”.</p>	<p>meliputi intervensi fisik, revitalisasi manajemen, ekonomi dan sosial menimbulkan beberapa dampak ekonomi yakni dalam aspek penjualan, tingkat pendapatan serta penyerapan tenaga kerja. Pada aspek penjualan berdasarkan data yang diperoleh setelah dilakukan revitalisasi terjadi penurunan volume penjualan di Pasar Tanggul. Pedagang di pasar mengeluh bahwa volume penjualan mereka mengalami penurunan dikarenakan pengunjung yang sangat sepi.</p>	<p>mengalami penurunan pendapatan.</p>	<p>meneliti pendapatan dan dampak sosial dari revitalisasi</p>
2	<p>Annisa Indah Masitha (2020), berjudul “Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa berbagai dampak sosial ekonomi dari pelaksanaan revitalisasi Pasar Wonokromo</p>	<p>Pada penelitian ini memiliki kesamaan pada hasil yaitu revitalisasi belum</p>	<p>Variabel yang di bahas dampak revitalisasi terhadap sosial ekonomi.</p>

	Terhadap Pedagang”	yang dirasakan pedagang berbeda-beda bergantung lapisan kelompok pedagang. Revitalisasi pasar bagi pedagang besar yang relatif memiliki kapital ekonomi dan sosial yang stabil membawa perubahan positif seperti keinginan dan semangat untuk memajukan usahanya agar berkembang lebih baik. Bagi pedagang kecil, revitalisasi pasar dirasakan belum membawa kesejahteraan ke arah yang lebih baik. Adanya revitalisasi pasar mematikan usaha mereka yang terlihat dengan perubahan pendapatan yang menurun dibandingkan ketika sebelum direvitalisasi.	berjalan sempurna.	
3	I nyoman Allit Badrika dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widiani (2023),	Revitalisasi Pasar Kediri mempengaruhi aspek sosial budaya,	Menjelaskan dampak revitalisasi pasar kepada para	Dalam penelitian terdahulu hanya mengkaji

	berjudul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Para Pedagang Di Pasar Kediri Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan”.	ekonomi, dan fisik berdampak pada peningkatan pendapatan bagi para pedagang dan terjadi juga Penurunan pendapatan para pedagang pasar Kediri Tabanan lebih dikarenakan oleh faktor covid - 19.	pedagang terutama pada pendapatan pedagang.	dampak revitalisasi terhadap pendapatan pedagang saja.
4	Istarno dan Abu Bakar(2023), berjudul “Dampak Revitalisasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Di Pasar Btiretno Kabupaten Wonogiri”	Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Program Revitalisasi Pasar Rakyat adalah langkah tepat untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omzet, mendukung kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat dan mendorong terjadinya penguatan pasar dalam negeri di	pembahasan mengenai pendapatan pedagang.	Hasil yang di peroleh dari revitalisasi.

		era persaingan global yang kian terbuka lebar.		
5	Ahmad Munir Hamid (2022), berjudul “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang Di Pasar Lembang”	Strategi yang tepat dalam pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Lembang melalui beberapa cara seperti; mempertahankan dan meningkatkan pelayanan serta kebersihan lingkungan pasar guna memberikan kenyamanan dan mempertahankan pelanggan, melakukan kerja sama antar pengelola dengan pedagang agar terjalin kerja sama pedagang dengan pengelola untuk memperbanyak produk yang akan dijual sehingga semakin banyak pilihan produk yang akan dijual ke konsumen, dengan dukungan lokasi yang strategis,	Penelitian ini membahas tentang pendapatan pedagang.	Perbedaan : dalam penelitian menggunakan strategi analisis SWOT.

		meningkatkan produk dagangan yang lengkap.		
6.	Christin Eva, Ivan Rivaldo Sihombing, Suandro Manik, Erika, Tumiar Sidauruk (2024), berjudul "Analisis Persaingan Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Dalam Perspektif Daya Minat Beli Pengunjung".	analisis perbandingan antara pasar tradisional dan pasar modern dalam perspektif daya minat beli. Adapun kesimpulan dari penelitian ini terhadap analisis perbandingan antara pasar tradisional dan pasar modern dalam perspektif daya minat beli pengunjung yaitu pasar tradisional dan pasar modern menawarkan pengalaman belanja yang berbeda, dengan pasar tradisional menonjolkan interaksi sosial dan keberadaan fisik, sementara pasar modern menekankan kenyamanan belanja online dan akses yang luas terhadap produk. Daya minat beli pengunjung dipengaruhi oleh preferensi personal	Persamaan: Variabel yang digunakan sama yaitu minat beli pada pasar tradisional.	Membandingkan antara pasar modern dan pasar tradisional.

		<p>konsumen, dimana pasar tradisional lebih menarik bagi mereka yang menghargai hubungan interpersonal dan pengalaman belanja yang intim, sementara pasar modern lebih disukai oleh konsumen yang mencari kemudahan dan pilihan produk yang beragam. Peran branding, pemasaran, dan inovasi produk memiliki dampak signifikan terhadap daya minat beli pengunjung di kedua jenis pasar pengunjung yaitu pasar tradisional dan pasar modern menawarkan pengalaman belanja yang berbeda, dengan pasar tradisional menonjolkan interaksi sosial dan keberadaan fisik, sementara pasar modern menekankan kenyamanan belanja online dan akses yang</p>	
--	--	---	--

		<p>luas terhadap produk. Daya minat beli pengunjung dipengaruhi oleh preferensi personal konsumen, dimana pasar tradisional lebih menarik bagi mereka yang menghargai hubungan interpersonal dan pengalaman belanja yang intim, sementara pasar modern lebih disukai oleh konsumen yang mencari kemudahan dan pilihan produk yang beragam. Peran branding, pemasaran, dan inovasi produk memiliki dampak signifikan terhadap daya minat beli pengunjung di kedua jenis pasar.</p>	
--	--	---	--

F. Landasan Teologis

Islam mengajarkan ketaatan umat kepada pemimpinnya berbanding lurus dengan ketaatan kepada Allah dan Rosul-Nya. Rakyat melaksanakan ketaatan sebagai kewajiban kepada pemimpin, dan pemimpin menjalankan kewajibannya kepada rakyat dengan memenuhi amanat dan keadilan dalam setiap urusannya. Dalam Q.S An Nisa ayat 59 dijelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ
إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat).

Menjadi seorang pemimpin hendaknya selalu bertanggung jawab tidak boleh menyalahgunakan sebuah amanat. Seorang pemimpin harus bersikap adil terhadap rakyatnya dan hendaknya rakyat untuk taat kepada pimpinan mereka selama pimpinan tidak memerintahkan untuk berbuat keburukan. Apabila kalian berselisih pendapat terhadap sesuatu maka kembalilah kepada Allah SWT dan Rosul-Nya jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari akhir. Dengan kembali kepada Allah dan Rosul itu akan lebih baik daripada kamu mempertahankan perselisihan itu.

Manusia sebagai makhluk yang hidup di muka bumi tentu saja melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan ekonomi yang dilakukan adalah mencari nafkah untuk keberlangsungan hidupnya. Begitu banyak ayat Al-Qur'an yang membahas tentang anjuran bekerja keras dan berusaha, yaitu kegiatan ekonomi. Untuk itu Al-Qur'an memberikan pandangan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah peraturan dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu maupun kelompok. Dalam al Qur'an disebutkan:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِهْمًا لِيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ

لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

“Dan kami tidak mengutus rosul-rosul sebelum (Muhammad), melainkan mereka pasti memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan kami jadikan sebagai kamu sebagai cobaan bagi sebagian yang lain, maukah kamu bersabar? dan tuanmu maha melihat.” (QS. AL-Furqon:20).

Kandungan dalam ayat di atas merupakan, pasar memiliki fungsi strategis, pasar disebut sebagai wadah bertemunya produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) sebagaimana yang pernah dilakukan oleh Rasulullah

yang dikisahkan dalam ayat tersebut. Pasar di dalam kegiatannya terjadi saling mempengaruhi untuk menentukan harga, setelah kesepakatan terjadi selanjutnya ada distribusi barang dan jasa. Pasar sesungguhnya adalah tempat bertemunya konsumen, produsen serta distributor (Hamid, 2022).

Menurut (Hamid, 2022), pasar dalam ekonomi Islam adalah transaksi ekonomi yang berdasarkan menurut ajaran-ajaran Islam yang dimana di dalam ajarannya mekanisme harga yang adil dan harga yang wajar. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah disepakati. Jual beli menurut ilmu fiqih menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun rukun jual beli yaitu penjual, yaitu orang yang menjual barang atau jasa ke konsumen atau pembeli. pembeli, yaitu orang yang membeli atau menghabiskan nilai guna barang yang dibelanjakan oleh penjual, *sighat* (ijab kabul), ijab adalah penyerahan penjual kepada pembeli sedangkan qabul adalah penerimaan dari pihak pembeli, *mauqud 'alaih* (objek akad), yaitu adanya harta (uang) dan barang dijual.

Tidak semua kegiatan ekonomi itu dihalalkan atau dibenarkan dalam Al-Qur'an. Apabila kegiatan yang dilakukan itu merugikan orang lain dan tidak adanya keridhaan atau kerelaan antara kedua belah pihak (penjual-pembeli) maka dilarang dalam Islam. Contoh dari kegiatan yang merugikan orang lain yaitu, monopoli, perjudian, perantara, dan lain sebagainya (Hidayatullah & Afif, 2024). Perdagangan dihalalkan dalam islam berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar.

Perdagangan adalah usaha yang berhubungan dengan kegiatan menjual atau membeli barang dengan tujuan untuk memperoleh laba (Sari et al., 2020). Perdagangan (*tijarah*) adalah usaha produktif utama yang telah dicontohkan oleh Nabi SAW. dan para sahabat. Hukum mengenai muamalah telah dijelaskan oleh Allah SWT. Dalam Al-Qur'an dan

dijelaskan juga oleh Rasulullah dalam As-Sunnah yang suci. Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an dan Hadits yang menjelaskan kebolehan perdagangan. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

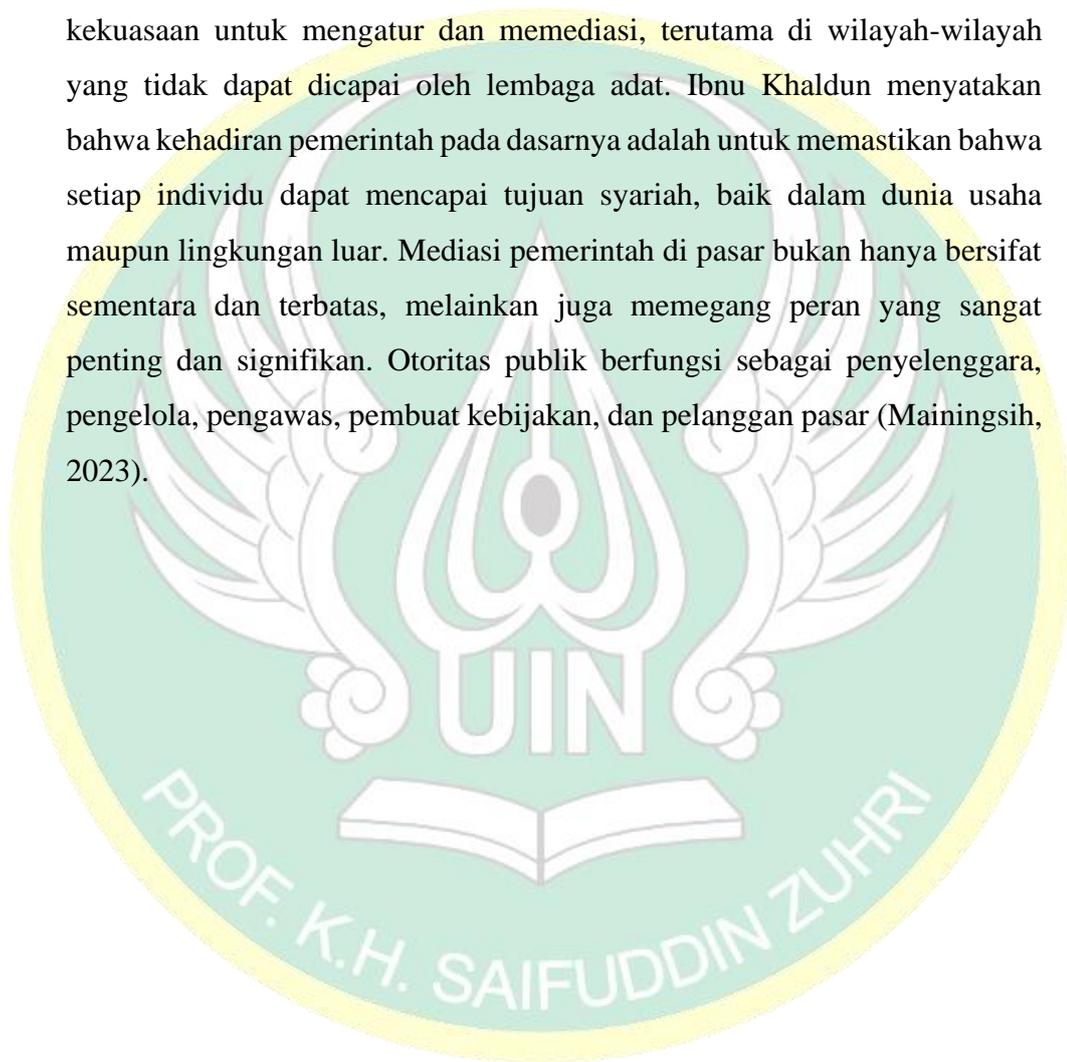
Artinya: "Dan Allah menghalalkan jual beli (perdagangan) dan mengharamkan riba" (Q.S al-baqarah:275).

Perdagangan sangat penting terutama berkaitan dengan mata pencaharian yang paling utama dalam Islam. Demikian juga hikmah perdagangan akan membangun sistem perekonomian yang kuat dan mantap sehingga perlu etika dalam pelaksanaannya.

Dalam perkembangan pasar pemerintah memiliki peran krusial dalam menciptakan lingkungan yang kondusif dan mendukung bagi pertumbuhan ekonomi syariah di tingkat lokal. Melalui penyusunan kebijakan dan regulasi yang mendukung, pendampingan, pelatihan, serta promosi dan edukasi kepada masyarakat, pemerintah dapat memberikan dukungan yang sangat dibutuhkan bagi para pelaku usaha di pasar tradisional untuk menjalankan usaha mereka sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dengan keterlibatan aktif pemerintah, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang memungkinkan pasar tradisional ekonomi syariah berkembang dengan baik, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat fondasi ekonomi lokal secara keseluruhan. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangatlah penting dalam mengembangkan pasar tradisional ekonomi syariah menuju arah yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berlandaskan pada nilai-nilai syariah dalam masyarakat.

Makna signifikan pasar sebagai arena transaksi tidak hanya dinilai dari fungsinya yang nyata, melainkan juga dari norma, kriteria, dan aspek-aspek terkait lainnya. Aktivitas finansial pada zaman Rasulullah SAW. dan masa Khulafa 'al-Raasyidin mencerminkan peran sektor bisnis dalam memajukan kehidupan berkebudayaan Islam pada periode tersebut.

Pada masa Rasulullah SAW., terdapat suatu lembaga yang didirikan untuk mengelola pasar, yakni Al-Hisbah. Al-Hisbah menjadi kerangka untuk menegakkan nilai-nilai tinggi dalam hal kesusilaan dan keadilan, yang jelas-jelas diabaikan atau tidak dihormati. Menurut pandangan Ibnu Taimiyah, Al-Hisbah bertujuan untuk memerintahkan yang baik (al-ma'ruf) dan mencegah yang buruk (al-munkar) di wilayah-wilayah di mana pemerintah memiliki kekuasaan untuk mengatur dan memediasi, terutama di wilayah-wilayah yang tidak dapat dicapai oleh lembaga adat. Ibnu Khaldun menyatakan bahwa kehadiran pemerintah pada dasarnya adalah untuk memastikan bahwa setiap individu dapat mencapai tujuan syariah, baik dalam dunia usaha maupun lingkungan luar. Mediasi pemerintah di pasar bukan hanya bersifat sementara dan terbatas, melainkan juga memegang peran yang sangat penting dan signifikan. Otoritas publik berfungsi sebagai penyelenggara, pengelola, pengawas, pembuat kebijakan, dan pelanggan pasar (Mainingsih, 2023).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan di Pasar Sinduraja ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis bersifat deskriptif dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna (Sugiyono,2020). Penelitian ini juga berjenis penelitian studi kasus (*case studies*) untuk mengumpulkan data dan informasi melalui wawancara, observasi, arsip dan lain sebagainya yang berkaitan dengan Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sinduraja yang terletak di Jl. Siduraja Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga. Tempat ini dipilih karena adanya fenomena kebijakan revitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah Purbalingga. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024 – Agustus 2024.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Untuk memudahkan proses perolehan data, penulis menggunakan penetapan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlah kecil kemudian membesar. dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dianggap lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. begitu seterusnya hingga jumlah sampel semakin banyak (Sugiyono 2022, 97).

Penambahan subjek penelitian akan berhenti jika ketika tidak ada lagi informasi baru dan data sudah jenuh.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel yang ditulis oleh penulis yaitu, Dampak Revitalisasi Pasar dan Pengaruh Pendapatan Pedagang dan Minat Beli Konsumen.

D. Sumber Data

Dalam menyusun skripsi penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah informasi yang dikumpulkan oleh para peneliti dari sumber mereka yang paling berkesan, jadi sumber data primer langsung diperoleh secara langsung. Pengambilan data primer dilakukan dengan instrumen berupa pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah bapak Sumiat selaku kepala pasar sinduraja, para pedagang, dan konsumen pasar sinduraja.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. (Sugiyono, 2016: 225). Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari buku Prof. Dr. Sugiyono dan beberapa buku lainnya serta dari beberapa jurnal literatur lainnya yang mendukung validasi tulisan dan memperoleh informasi yang berkaitan dengan topik penelitian yang penulis bawakan. Setelah semua data terkumpul, penulis menganalisis keadaan lebih mendalam informasi yang di dapat guna tercapainya semua tujuan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

penelitian ini dengan menggunakan studi lapangan, yaitu suatu metode penelitian dengan mengadakan penelitian langsung pada objek penelitian. Dalam hal ini, objek penelitian yang akan dilakukan yakni mengenai Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang dan Minat Beli Konsumen di Pasar Sinduraja Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara dua pihak atau lebih dengan tujuan tertentu, di mana informan adalah sumber utama informasi (Nugrahani, 2014). Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti perlu melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2022).

Wawancara merupakan salah satu metode untuk mendemonstrasikan atau mengecek kembali data dan data yang diperoleh ilmuwan terdahulu. pertemuan tersebut sebagai musyawarah antar majelis khususnya pemeriksa dan pihak yang mencatat yang bertemu secara dekat dan personal dengan memanfaatkan alat bantu dalam melakukan latihan pertemuannya sehingga dapat diperoleh data perjumpaan sesuai dengan sasaran objek penelitian. Wawancara ini dilakukan kepada para pedagang dan konsumen Pasar Sinduraja dan Kepala Pasar Sinduraja.

2. Dokumentasi

Dokumentasi biasanya berbentuk gambar, atau tulisan dari seseorang (Sugiyono, 2016:240). Dokumentasi biasanya berisi semua hal yang pernah terjadi dalam sebuah kejadian baik itu sejarah, alasan dan data lain yang menunjang terhadap penelitian. Dalam metode penelitian ini dilakukan pengumpulan dokumen yang berkaitan dengan kebijakan revitalisasi pasar dan dampaknya bagi pendapatan pedagang dan minat beli konsumen.

F. Teknik Analisis Data

Proses pencarian dan pengumpulan data secara sistematis, mengorganisasikannya ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya ke dalam pola-pola, relevan dengan subjek penelitian, dan menarik kesimpulan yang tepat merupakan semua komponen analisis data (Herdiansyah, 2014:180). Tahap analisis data merupakan tingkat tertinggi signifikan dan definitif dalam suatu penelitian. Informasi yang didapat kemudian akan diselidiki sepenuhnya dengan tujuan mengolah informasi tersebut menjadi struktur yang lebih mudah dibaca dan diuraikan. Terlebih lagi, informasi tersebut digunakan sehingga cenderung digunakan untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Analisis data subyektif bersifat induktif, yaitu penyelidikan berdasarkan informasi yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Sugiyono. Dalam analisis data terdapat tiga alur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Secara lebih rinci ketiga alur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam setiap penelitian kualitatif, kegiatan utamanya meliputi pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, serta menggabungkan ketiganya melalui teknik triangulasi. Pada tahap awal, peneliti melakukan eksplorasi secara menyeluruh terhadap situasi sosial atau objek penelitian, mulai dari observasi hingga pencatatan semua hal yang relevan. Pengumpulan data ini dapat berlangsung selama berhari-hari atau bahkan berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh banyak dan beragam (Sugiyono, 2021).

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2020,

134). Dalam pengumpulan data penelitian di Pasar Sinduraja, penulis membuat ringkasan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu dan memfokuskan data yang penting sehingga memperoleh suatu kesimpulan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data dapat disajikan dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data sering disajikan dalam bentuk teks naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini, penulis menyajikan data dalam bentuk uraian dan informasi berbentuk bagan. Hal ini bertujuan agar lebih mudah dipahami serta untuk memudahkan penulis dalam menentukan langkah selanjutnya.

4. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data adalah verifikasi atau penarikan kesimpulan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dan dirumuskan dari awal. Verifikasi dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya masih belum jelas atau remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas (Sugiyono, 2020, 141).

G. Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2020,125). Pertama triangulasi sumber berarti mendapatkan data-data dari sumber yang berbeda-beda (Sugiyono,2020). Untuk pengecekan data dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan kepala pasar sinduraja. penulis membandingkan hasil pengamatan

dengan wawancara kepada kepala pasar sinduraja agar mendapat hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Kedua Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi di pasar sinduraja.



BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Sinduraja

1. Profil Pasar Sinduraja

Gambar 1.1
Pasar Sinduraja



Sumber : Purbalingga.go.id

Pasar sinduraja merupakan pasar yang dikelola dan dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga. Pasar sinduraja beralamat di Jalan Raya Sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga.

Pasar ini merupakan tempat penting bagi masyarakat sekitar dikarenakan mayoritas masyarakat sekitar sebagai pedagang. Pasar tradisional ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti beras, terigu, gula, garam, sayur mayur, ayam, ikan, dan lainnya. Kelebihan pasar tradisional ini adalah produk yang di jual dengan harga yang merakyat, sehingga harganya murah bagi masyarakat sebagaimana fungsinya pasar pada umumnya.

Kondisi Pasar Sinduraja seperti pasar tradisional lainnya yang identik dengan kumuh dan tidak rapi. Pasar sinduraja secara infrastruktur dan fasilitas masih kurang memadai. Bangunan yang dibangun hanya sedikit sedangkan pedagang yang berjualan sangat banyak sehingga menyebabkan banyak pedagang yang berjualan di bidang jalan pasar dan membuat jalan menjadi sempit. Kondisi ini menyebabkan tidak representatif untuk aktivitas perdagangan.

Jumlah pedagang Pasar Sinduraja yang terdata pada Juni 2019 (sebelum revitalisasi) tercatat ada sekitar 370 pedagang. Para pedagang tersebut menempati kios dalam sebanyak 31 orang, kios luar 19 orang, los dalam 68 orang, pelataran pasar 182 orang, dan 70 pedagang lainnya merupakan pedagang recekan. Dari data tersebut sangat terlihat hanya sedikit pedagang yang berjualan di kios lebih banyak pedagang yang berjualan di pelataran ini yang menyebabkan pasar sinduraja sangat tidak rapi.

Pada tahun 2019 Pasar Sinduraja ditetapkan sebagai salah satu penerima alokasi dana Tugas Pembantuan Kementerian Perdagangan (Kemendag). Anggaran yang dialokasikan untuk revitalisasi tersebut mencapai Rp 4 miliar. Pasar Sinduraja mengalami perbaikan total luas lahan 2.849 m². Adapun kios/los di pasar sinduraja setelah di revitalisasi dibagi menjadi 5 blok :

Tabel 4.1
Jumlah Pedagang Setelah Revitalisasi

No	Blok	Jumlah Pedagang
1.	A	81pedagang
2.	B	82pedagang
3.	C	72 pedagang
4.	D	83 pedagang
5.	E	73 pedagang
Jumlah		391 pedagang

Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

Tabel 4.2
Data Pedagang Pasar Sinduraja

Blok A

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Sayuran	11 pedagang
2.	Sembako	4 pedagang
3.	Mainan anak	1 pedagang
4.	Alat listrik	2 pedagang
5.	Kebutuhan Pertanian	1 pedagang
6.	Jajan	6 pedagang
7.	Beras	1 pedagang
8.	Perabotan	3 pedagang

9.	Pakaian	31 pedagang
10.	Tembakau	1 pedagang
11.	Makanan	7 pedagang
12.	Pecel/Soto	5 pedagang
13.	Jilbab	6 pedagang
14.	Sepatu/Sendal	3 pedagang
Jumlah		81 pedagang

Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

Dari tabel diatas jumlah pedagang pasar blok A sebanyak 81 pedagang, dengan berbagai macam barang dagangan. Salah satunya pedagang perabotan, pakaian, sendal, dan sepatu. Terdapat juga penjual makanan seperti pecel, soto dan jajan pasar yang hanya terdapat di pasar tradisional.

Tabel 4.3
Data Pedagang Pasar Sinduraja

Blok B

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Plastik	2 pedagang
2.	Pakaian	1 pedagang
3.	Beras	2 pedagang
4.	Sembako	3 pedagang
5.	Perabotan	1 pedagang
6.	Kerupuk	4 pedagang
7.	Sayuran	5 pedagang
8.	Soto	1 pedagang
9.	Elektronik	2 pedagang
10.	Mainan Anak	2 pedagang
11.	Korden	1 pedagang
12.	Tembakau	1 pedagang
13.	Pisau	1 pedagang
14.	Bumbu	26 pedagang
15.	Kentang/Jagung/Kecambah	6 pedagang
16.	Telur	11 pedagang
17.	Snak	3 pedagang
18.	Bunga	3 pedagang
19.	Pete/jengkol	5 pedagang
20.	Bakso	2 pedagang
Jumlah		82 pedagang

Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

Pedagang di blok B merupakan pedagang dengan jenis dagangan yang bermacam-macam dari makanan sampai elektronik dengan jumlah

pedagang sebanyak 82. Berbagai macam produk pendukung kebutuhan pokok, serta terdapat pedagang yang menjual perabotan rumah tangga, mainan anak, pisau dan lainnya.

Tabel 4.4
Data Pedagang Pasar Sinduraja

Blok C

No.	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Korden	5 pedagang
2.	Sembako	13 pedagang
3.	Sayuran	41 pedagang
4.	Kentang/kecambah	2 pedagang
5.	Bumbu	8 pedagang
6.	Jajan	3 pedagang
Jumlah		72 pedagang

Sumber: Kepala Pasar Sinduraja

Pada blok c jumlah pedagang lebih sedikit dibandingkan blok lain yaitu sebanyak 72 pedagang. Pedagang di blok c lebih banyak menjual produk makanan seperti sembako, sayuran, kentang, bumbu, dan jajan.

Di blok ini pedagang makanan lebih mendominasi hanya terdapat 5 pedagang yang tidak menjual makanan namun, menjual barang yaitu korden.

Tabel 4.5
Data Pedagang Pasar Sinduraja

Blok D

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Jajan/kue/molen/apem/lapis	10 pedagang
2.	Ayam goreng	2 pedagang
3.	Jamu	1 pedagang
4.	Ketan/Jenang	5 pedagang
5.	Sate	2 pedagang
6.	Jiwel	1 pedagang
7.	Getuk/ondol	1 pedagang
8.	Cenil/Bubur	3 pedagang
9.	Kerupuk/Peyek/Ampyang/Pangsit	8 pedagang
10.	Kentaki	1 pedagang
11.	Buah	10 pedagang

12.	Pisang	3 pedagang
13.	Sayuran	20 pedagang
14.	Mie	1 pedagang
15.	Ikan	14 pedagang
16.	Bumbu	1 pedagang
Jumlah		83 Pedagang

Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

Pedagang di blok D banyak pedagang yang berjualan makanan dari makanan yang sudah matang seperti ayam goreng dan sate. Adapun jajan yang hanya ada di pasar tradisional seperti getuk, ondol, cenil, bubur, jiwel, apem, lapis. Di blok b pedagang sayuran lebih mendominasi terdapat 20 pedagang. Selain pedagang sayuran ada pedagang ikan yang juga tidak kalah banyak yaitu 14 pedagang. Jumlah keseluruhan pedagang di blok b yaitu 83 pedagang.

Tabel 4.6
Data Pedagang Pasar Sinduraja

Blok E

No.	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Beras	8 pedagang
2.	Jambe	1 pedagang
3.	Nasi Kuning	1 pedagang
4.	Ondol	5 pedagang
5.	Rames	3 pedagang
6.	Tempe	10 pedagang
7.	Tahu	23 pedagang
8.	Jajan	3 pedagang
9.	Sayur	2 pedagang
10.	Bandeng	1 pedagang
11.	Petis	1 pedagang
12.	Kupat	1 pedagang
13.	Daging Ayam	14 pedagang
Jumlah		73 Pedagang

Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

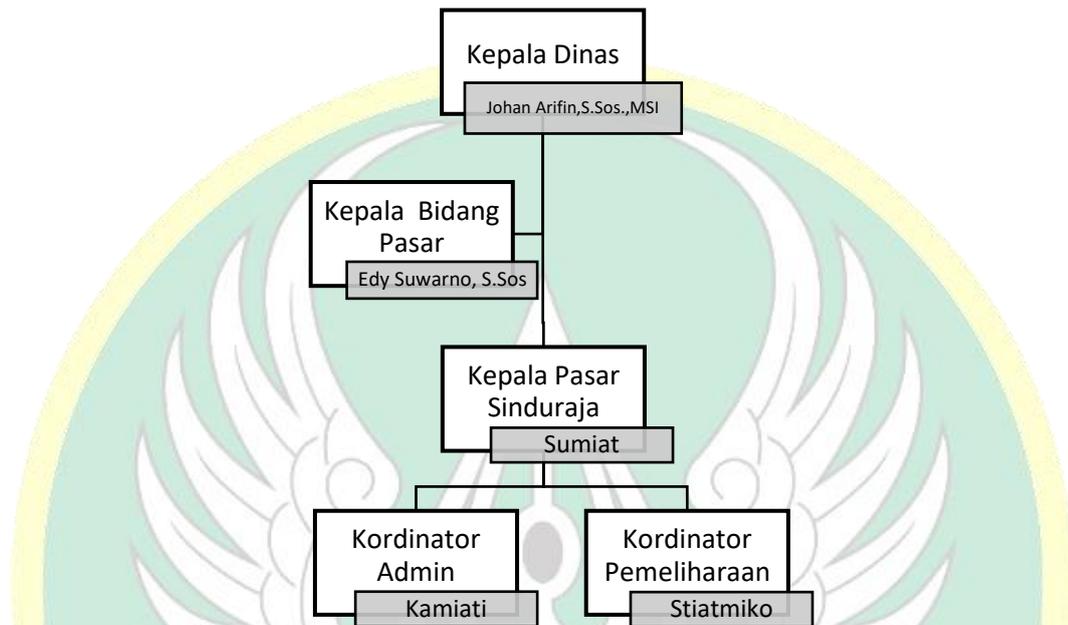
Di blok terakhir yaitu di blok e yang semua pedagangnya berjualan di lapak dalam. Pedagang di blok E terbagi menjadi dua jenis dagangan yaitu bahan makanan dan makanan yang sudah matang. Bahan makanan yang ada di blok E salah satunya tempe, tahu, beras, sayuran, bandeng, daging

ayam. Sedangkan makanan yang sudah matang seperti rames, jajan, petis, kupat. Jumlah keseluruhan pedagang di blok e yaitu 73 pedagang.

2. Susunan Organisasi Pasar Sinduraja

Gambar 2.2

Susunan Organisasi Pasar Sinduraja



Sumber : Kepala Pasar Sinduraja

B. Revitalisasi Pasar

Pembangunan menurut Tjokroamidjojo dalam jurnal (Alfianita et al., 2017), adalah proses pengendalian usaha oleh negara/pemerintah yang digunakan untuk merealisasikan pertumbuhan yang direncanakan ke arah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam segala aspek kehidupan. Dasar pertimbangan melakukan kerja sama merevitalisasi pasar tradisional antara lain berubahnya pandangan pasar dari tempat interaksi ekonomi menjadi ruang publik, yang difokuskan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjual belikan. Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian perdagangan kecil serta perlu melibatkan pengembang untuk dikelola secara kreatif (Alfianita et al., 2017).

Revitalisasi pasar tradisional dalam kaitan ini dapat dilihat dari fungsi

pasar sendiri yang salah satunya sebagai penopang utama perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Perubahan tempat berdagang juga dapat berdampak pada perubahan pendapatan pedagang itu sendiri. Kotler dalam (Putri, 2019), mengemukakan bahwa upaya perubahan sosial (*Social change*) yang terarah dalam pemberdayaan komunitas tidak lepas kaitannya dengan masalah sosial (*social problem*) dan aksi sosial (*social action*) Tiga hal tersebut merupakan satu rangkaian yang saling berhubungan. Adanya masalah sosial menimbulkan perubahan sosial dan untuk mengarahkannya diperlukan aksi sosial.

Adanya suatu kebijakan yang diimplementasikan tentunya menimbulkan suatu dampak tertentu bagi sasaran kebijakan itu sendiri. Dampak yang timbul ini merupakan hasil intervensi dari *decision maker* untuk mencapai tujuan tertentu. Dampak yang dirasakan oleh sasaran kebijakan itu dapat berupa positif dan negatif. Kebijakan revitalisasi yang dilakukan di pasar sinduraja mencakup perbaikan fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi ekonomi, dan sosial budaya. Dampak tersebut terlihat dari berbagai tanggapan, penilaian dan pendapat pedagang terhadap pelaksanaan revitalisasi. Dari hasil wawancara tersebut terdapat beberapa dampak yang dirasakan oleh pedagang pasar sinduraja diantaranya adalah:

a. Intervensi fisik

Intervensi fisik menjadi bagian awal dari program revitalisasi. Ada dua komponen dari intervensi fisik yang dilakukan di pasar sinduraja yakni kondisi tata ruang bangunan pasar dan kualitas bangunan pasar. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sumiat selaku Kepala Pengelola pasar sinduraja, mengatakan bahwa :

Pasar sinduraja di revitalisasi pada tahun 2019 dan di buka kembali pada awal tahun 2020. Pasar sinduraja memang sudah waktunya di perbaiki karna bangunan yang sudah tidak representatif kebijakan revitalisasi sangat tepat sasaran. Banyak pedagang yang berjualan di pinggir jalan yang membuat kemacetan dan tidak tertatanya pedagang di pasar sinduraja. Setelah di bangun pasar sinduraja di mundurkan 9m²

kemacetan mulai berkurang dan pedagang juga pindah berjualan ke dalam pasar. Jumlah pedagang setelah di revitalisasi juga bertambah yang semula 370 sekarang 390. Dari segi keamanan pasar lebih meningkat di banding sebelumnya setelah di revitalisasi adanya petugas keamanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Tina selaku pedagang ayam potong :

“Betul mba, sebenarnya tempatnya jadi lebih nyaman tapi adanya pengelompokan membuat persaingan antar pedagang sangat terasa. Memang kalo tempat dan fasilitas sekarang lebih bagus ada kamar mandi, ada keamanan ada yang bersih-bersih juga”.

Revitalisasi fisik yang sudah dilakukan di Pasar Sinduraja bukan hanya dari segi lingkungan pasar dan kualitas bangunannya melainkan dari segi tata ruang pasar yang sudah tertata rapi karna dikelompokkan sesuai dagangan.

Secara keseluruhan hasil jawaban yang diperoleh penulis melalui observasi dapat ditarik kesimpulan bahwa revitalisasi fisik seperti bangunan dan tempat jualan pada pasar sinduraja dilakukan dengan baik.

b. Revitalisasi manajemen.

Revitalisasi manajemen mencakup aspek-aspek seperti hak dan kewajiban para pedagang, tata cara penempatan, serta sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak pasar. Setelah dilakukan revitalisasi pasar sinduraja mengalami perubahan penempatan tempat jualan yaitu di kelompokkan sesuai barang dagangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rina sebagai pedagang sayur menuturkan bahwa :

“Iya mba ini kan sekarang jualnya dikelompokkan sesuai dagangannya menurut saya si kurang efektif soalnya kan sederetan ini jualannya sama persaingannya jadi ketat. Kaya saya ini jualan sayur dan banyak banget yang jualan sayur juga jadi ya pinter-pinter aja narik pelanggan mba”.

Sejalan dengan pendapat Ibu Rina, Mba Erna pedagang rames juga merasakan hal yang sama :

“Saya dulu jualannya di bagian belakang mba, tertutup sama tempat jualan orang lain jadi paling yang beli ke saya orangnya itu-ituh saja. Sekarang setelah revitalisasi saya jualannya kan di kios dalam udah di tata juga tempatnya jadi ngga ada yang tertutup pedagang lain jualannya jadi lebih nyaman untuk jualan”.

Selain dari penataan revitalisasi manajemen pengelolaan di pasar sudah mengalami perubahan. Perubahan tersebut yaitu iuran yang tidak seperti sebelum revitalisasi. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sri :

“Saya jualan dari tahun 2010 dulu paling iurannya perhari aja mba, Sekarang iurannya mahal mba ada iuran perhari, perbulan, pertahun. Terus juga ada iuran lain-lain seperti listrik dan air. Harga sewanya juga naik. Dulu harian saja 2000 sekarang harian tetap 2000 bulanan untuk ukuran 2x2 : 24.000 ukuran 2x1: 12.000, sedangkan tahunan 2x2: 50.000 ukuran 2x1: 25.000,.

Berdasarkan hasil observasi pedagang mengeluhkan penataan tempat yang di kelompokkan membuat persaingan pedagang dan sistem iuran yang berubah membuat para pedagang keberatan. Revitalisasi manajemen yang dilakukan di Pasar Sinduraja belum membangun pengelolaan manajemen yang baik.

c. Revitalisasi Ekonomi.

Revitalisasi ekonomi menjadi hal pokok yang sangat penting bagi para pedagang. Revitalisasi ekonomi berhubungan langsung dengan tingkat pendapatan pedagang. Berdasarkan wawancara dengan pedagang di pasar sinduraja salah satunya pak agus sebagai pedagang ikan bandeng.

“Kalo dari segi pendapatan sekarang menurun mba pasar juga sekarang sepi ngga seramai dulu. Dulu saya sehari pendapatan kotornya sekitar 400.000 sekarang dapet 250.000 udah termasuk dapet banyak. Saya jualan dari jam 5 pagi sampai jam 10 siang. Semenjak revitalisasi ini juga pengelola pasar ngga bertindak apa ngga ada pembinaan ataupun pemberdayaan terhadap pedagang supaya pasar ini rame lagi”.

Sejalan dengan pendapat Pak Agus, Bu Ayu sebagai pedagang buah juga merasakan :

“Kalo dari pendapatan iya mba menurun dulu saya sehari bisa dapet 700.000 sekarang 600.000. Sepertinya memang rata-rata pendapatan pedagang di pasar menurun mba. Sangat terasa sepi beda dari yang dulu”.

Secara teoritis terdapat hubungan erat antara jumlah jam kerja dan pendapatan, waktu sehari karena kenaikan tingkat pendapatan akan menghasilkan harga waktu sehingga sebagian orang cenderung menambah jam kerja untuk mendapat pendapatan yang lebih besar (Nainggolan,

2021)

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang yang ada di pasar, dikatakan bahwa dari pihak dinas dan pengelola pasar tidak melakukan upaya pembinaan atau pemberdayaan terhadap para pedagang. Sementara dari segi pendapatan, kebanyakan berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang dikatakan bahwa mereka mengalami penurunan keuntungan dan penghasilan sehingga disimpulkan bahwa tingkat pendapatan pedagang menurun.

Sejalan dengan penelitian Annisa Indah Masitha Pelaksanaan revitalisasi di Pasar Wonokromo hanya terjadi pada tataran permukaan saja. Revitalisasi belum secara sempurna membawa perubahan kesejahteraan dan mentalitas pedagang kearah yang lebih baik.

d. Revitalisasi Sosial Budaya

Revitalisasi sebuah tempat akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang baik. Jadi bukan sekedar membuat tempat yang baik. Aktivitas tersebut harus memiliki dampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan berkehidupan sosial masyarakat atau warga.

Menurut pendapat dari Bu Lilis menuturkan bahwa adanya zonasi pedagang membuat persaingan pedagang,

“Sebenarnya tempatnya jadi lebih nyaman tapi adanya pengelompokan membuat persaingan antar pedagang sangat terasa. Terkadang juga jadi ada pedagang yang tidak taat aturan mba lebih memilih berjualan di depan karna memang kalo di depan lebih terlihat tapi memang kalo ketahuan bakal di tegur sama pengelola pasar”.

Berdasarkan wawancara pelaksanaan kebijakan zonasi pada program revitalisasi juga dapat menyebabkan kesalahpahaman diantara pedagang dan aparat yang dapat merubah hubungan sosial.

C. Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Sinduraja

Dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang bervariasi tergantung pada konteks lokal dan implementasi program. Sementara beberapa studi menunjukkan penurunan pendapatan setelah

revitalisasi. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mempertimbangkan faktor-faktor lokal dan melibatkan semua pemangku kepentingan dalam proses revitalisasi agar hasilnya dapat maksimal dan berkelanjutan. Tingkat pendapatan pedagang diukur melalui tiga indikator yaitu penjualan, keuntungan, pendapatan.

1) Penjualan

Menurut Moekijat dalam (Istarno, 2023), *Selling* adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut Hartono, dkk. (2012:889), Penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan.

Sedangkan, menurut Swastha dalam (Istarno, 2023) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah proses yang melibatkan kegiatan menawarkan produk atau jasa kepada calon pembeli dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian dengan uang sebagai alat penukarnya, dengan tujuan untuk saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Berdasarkan wawancara penulis yang dilakukan dengan para pedagang di pasar sinduraja, mereka menyatakan bahwa setelah dilakukan revitalisasi volume penjualan para pedagang menurun dibandingkan dengan volume penjualan mereka sebelum adanya revitalisasi.

Menurut Ibu Sri, pedagang perabotan rumah yang sudah berjualan dari sebelum revitalisasi menyatakan bahwa:

"Saya sudah berjualan di pasar sinduraja ini udah lama banget mba, mungkin kurang lebih sekitar 15 tahun. Dari yang jualannya belum punya tempat sampai sekarang punya kios. Sekarang pasar sepi mba ngga kaya

dulu, barang yang saya jual dulu lebih banyak dari sekarang. Pendapatan saya dulu juga lebih banyak saya merasa pendapatan saya sangat menurun yang dulu sehari bisa 400.000 sekarang paling 125.000 sehari. Pasar ini di revitalisasi kan sebelum covid tapi di buka lagi tahun 2020 nah itu kan lagi covid semenjak saat itu mba mulai menurun gaya hidup orang juga jadi berbeda banyak yang lebih suka berbelanja di rumah saja”.

Sependapat dengan Ibu Sri, Pak Agus yang berjualan ikan bandeng juga mengalami penurunan penjualan :

“Pasar sudah ngga seramai dulu mba, sekarang ramainya kalo pagi saja kalo sudah rada siang jam 8 ketas mulai sepi. Saya berjualan dari jam 05-00 sampai jam 10.00 pendapatan saya kurang lebih 250.000 dulu pendapatan saya bisa sampai 400.000. Dagangan yang saya bawa juga ngga sebanyak dulu soalnya sering ngga abis. Kalo sekarang mau pendapatannya sama seperti dulu ya saya harus jualan sampai siang sekitar jam 12.00 dan itu juga saya keliling pasar kalo ngga juga saya jual di rumah soalnya orang orang sekarang lebih suka belanja yang dekat ngga harus ke pasar”.

Jawaban dari para pedagang, kondisi pasar sesudah revitalisasi memberikan dampak bagi volume penjualan para pedagang. Hal ini dibuktikan dengan volume penjualan para pedagang yang mengalami penurunan.

2) Keuntungan

Keuntungan dalam konteks penjualan dapat diartikan sebagai laba atau keuntungan yang diperoleh dari aktivitas menjual produk atau jasa. Keuntungan adalah suatu pendapatan yang melebihi modal yang dikeluarkan.

Berdasarkan wawancara dengan Bu Lilis selaku penjual sayuran :

“Kalau untuk keuntungan yang saya dapatkan sebelum dan sesudah pasar dibangun tidak terlalu jauh karna saya mengambil keuntungan juga cuma ngambil sedikit. Mungkin kalo harganya sekarang sama dulu beda ya karna dari sananya juga naik tapi kalo dari saya ngambil keuntungannya sama saja seperti dulu”.

Sejalan dengan Ibu Lilis, Pak rian juga berpendapat bahwa keuntungan yang mereka ambil tidak banyak :

“Saya jualan dari dulu memang mengambil untung tidak banyak. Apalagi saya jualan tahu ya mba saya naikan harga kalo memang bahan baku naik

saja”.

Berdasarkan wawancara di Pasar Sinduraja para pedagang tidak mengalami kenaikan keuntungan setelah di revitalisasi mereka mengambil keuntungan masih sama seperti saat sebelum di revitalisasi. Hanya saja ada kenaikan harga dari beberapa produk karna kenaikan bahan baku.

3) Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang didapat dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan merupakan hal terpenting dalam proses pedagang. Setiap pedagang pasti menginginkan penghasilan yang tinggi dari hasil usahanya.

Dari hasil dua indikator sebelumnya volume penjualan dan keuntungan menunjukkan hasil negatif dan menurun maka begitu juga dengan penghasilan. Karena sebenarnya pendapatan pedagang bisa dilihat dari penjualan dan keuntungan.

Tabel 4.7
Perubahan Pendapatan Pedagang

No.	Nama	Jenis Dagangan	Sebelum	Sesudah
1.	Bu rina	Sayur	Rp 400.000	Rp 200.000
2.	Mas aji	Buah	Rp 700.000	Rp 900.000
3.	Bu sri	Perabotan	Rp 400.000	Rp 125.000
4.	Mba erna	Rames	Rp 300.000	Rp 500.000
5.	Bu tina	Daging ayam	Rp 500.000	Rp 400.000
6.	Pak agus	Ikan bandeng	Rp 400.000	Rp 250.000
7.	Pak riyan	Tahu	Rp 250.000	Rp 200.000
8.	Bu mita	Sembako	Rp 750.000	Rp 800.000
9.	Bu lilis	Sayur	Rp 350.000	Rp 300.000
10.	Bu ayu	Buah	Rp 700.000	Rp 600.000

Sumber : Data Primer yang diperoleh dari Pedagang, 2024.

Pendapatan diatas merupakan pendapatan yang diterima oleh

pedagang setiap harinya, dari tabel diatas 10 dari pedagang pasar sinduraja 7 pedagang mengalami penurunan omset. Tiga pedagang yang mengalami kenaikan adalah pedagang buah, pedagang rames, dan pedagang sembako. Dari rata-rata pendapatan pedagang diatas tergolong dalam pendapatan tinggi karena diatas Rp 3.500.000 per bulan.

Menurut para pedagang setelah adanya revitalisasi justru membuat Pedagang mengalami perubahan ekonomi yaitu dari segi pendapatan pedagang. Berbagai alasan disampaikan oleh para pedagang terkait perubahan-perubahan yang berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Seperti yang diungkapkan bu erna selaku pedagang rames, mengatakan kenaikan pendapatan yang dialami beliau dikarenakan letak kios yang strategis.

“Alhamdulillah semenjak pindah di kios ini jadi lebih rame mba, letaknya strategis jadi langsung kelihatan. Kalo kios yang dulu di belakang terus kecil banget jadi ngga kelihatan paling yang beli orang itu aja kalo sekarang orang yang belanja juga liat kios saya. Pendapatan yang dulu sehari cuma 300.000 sekarang bisa 500.000.”

Sejalan dengan pendapat Mba Erna, Mas Aji sebagai pedagang buah juga mengalami kenaikan pendapatan:

“Saya Alhamdulillah pendapatannya naik mba, iya memang di kelompokan seperti ini membuat pedagang lebih bersaing tapi mungkin karna pedagang buah di sini tidak cukup banyak jadi saya tidak terlalu merasakannya”.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Ayu selaku penjual buah mengatakan :

“Kalo dari pendapatan iyaa mba menurun dulu saya sehari bisa dapet 700.000 sekarang 600.000. kalo sekarang mau dapet penghasilan seperti dulu jualannya harus sampe sore mba. Kalo dulu kan sampe jam 12 aja sekarang sampe jam 3 sore. Semenjak pindah berjualan pendapatan saya menurun mba tapi ngga menurun drastis si mba tapi ya kerasa penurunannya. Kalo dari posisi jualan saya dulu di depan jalan raya jadi yang lewat aja bisa beli kalo sekarang yang beli cuma orang yang memang ke pasar saja mba dan adanya pengelompokan menurut saya si berpengaruh terhadap pendapatan”.

Menurut teori Lokasi Losch, Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang mengenai lokasi yang mereka dapatkan sangat berpengaruh terhadap pendapatan. Pedagang yang mendapat tempat di depan lebih mudah di jangkau pembeli dan pendapatan mereka meningkat.

Berdasarkan penelitian Annisa Indah Masitha (2023), Penataan dan penempatan stand pedagang berdasarkan hasil jualan dan potensi perpasaran memberikan dampak perubahan pendapatan mereka. Hal ini memberikan pengaruh terhadap keberadaan pelanggan mereka. Oleh karena itu seorang pedagang harus pintar-pintar menggait agar tetap menjadi pelanggan.

Dari penghasilan 10 pedagang yang terkena dampak dari adanya revitalisasi adalah mereka terkena dampak terhadap pendapatan, 7 dari pedagang pasar sinduraja terkena dampak penurunan pendapatan, serta dampak pengeluaran yang menjadikan sulitnya mereka mendapatkan keuntungan yang besar.

D. Dampak Revitalisasi Terhadap Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen adalah permasalahan yang cukup serius dan suatu hal utama yang harus diperhatikan karna penentu dalam suksesnya pemasaran sebuah produk. Minat beli konsumen dapat timbul sebab adanya keinginan atau pancingan yang ditawarkan, ini berkenaan dengan kesesuaian dan kebutuhan konsumen terhadap produk. Daya minat beli, yang merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek ataupun keperluan pokok yang tersedia dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian pada alternatif yang paling disukai (Christin Eva. S1, 2024). Menurut Kotler dan Keller (2009) menjelaskan, minat beli adalah perilaku yang timbul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Theory Of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. *Theory of Reasoned Action* merupakan teori yang menyatakan bahwa reaksi dan persepsi seseorang akan suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Sedangkan dalam *Theory Of Planned Behavior*, faktor utama yang mempengaruhinya yaitu minat individu untuk melakukan perilaku tertentu. *Theory Of Planned Behavior* mengidentifikasi tiga faktor penentu minat perilaku yaitu, sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*).

Dalam *Theory Of Planned Behavior*, ditekankan bahwa kontrol perilaku persepsian cenderung meningkatkan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku dijelaskan tentang bagaimana seseorang memahami bahwa perilaku yang dilakukan adalah hasil dari pengendalian diri mereka sendiri. Hal ini juga mencakup pikiran individu mengenai seberapa mudah atau sulitnya melakukan perilaku tersebut.

Dengan demikian, minat beli merupakan tahap penting dalam proses keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen mengevaluasi berbagai faktor sebelum akhirnya melakukan pembelian produk atau jasa yang mereka butuhkan. Dari hasil analisis peneliti dalam ditemukan beberapa faktor:

a) Pekerjaan dan Pendapatan

Tingkat pekerjaan dan pendapatan seseorang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Semakin tinggi tingkat pekerjaan dan pendapatan, semakin besar kemungkinan seseorang menjadi konsumen produk dengan daya jual yang tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh ibu lili sebagai pedagang

“Pasar sepi mba kalo pagi aja yang rada rame tapi tetep ngga serame dulu. Sekarang yang ke pasar cuma orang-orang yang beli di pasar terus di jual lagi keliling. Menurut saya si sekarang orang-orang udah jarang ke pasar karna pekerjaan, yang harus berangkat pagi-pagi kan pasar sinduraja ini bukannya cuma pagi sampai siang aja jadi kalo ke pasar kan membutuhkan waktu lama, kebiasaan orang-orang sekarang juga udah berubah mba.”

Pendapat diatas dari sisi pedagang dan dari pendapat bu nining selaku pembeli :

“Saya belanja di pasar sinduraja kalo sabtu aja mba seringnya. Pasar sinduraja kan bukannya rabu sama sabtu kalo rabu saya kerja jadi ngga belanja ke pasar. Lebih nyaman sekarang kalo belanjanya tapi sekarang udah ngga ada waktu kaya dulu mba. Pasar sinduraja ini juga bukannya kan dari pagi sampai siang aja kadang jam 10 udah sepi.”

Berdasarkan wawancara dengan pembeli di pasar sinduraja bisa disimpulkan pekerjaan dan pendapatan berpengaruh terhadap minat beli seseorang terhadap pasar sinduraja.

b) Harga dan Kualitas

Faktor harga dan kualitas menjadi pertimbangan penting dalam minat beli konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283), artinya kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Hasil wawancara dengan bu ani selaku konsumen yaitu :

“Kalo saya si tetep belanja di pasar sinduraja karna harganya terjangkau mba terus dekat juga tapi ngga tiap hari juga si saya belanja ke pasar. Sekarang banyak penjual yang berkeliling jadi cuma dirumah aja udah bisa belanja. Tapi memang kalo dari segi harga pasti murah di pasar”.

Sependapat dengan ibu ani sebagai konsumen ibu lina juga merasakan hal yang sama :

“Saya belanja di pasar sinduraja kayanya seminggu sekali atau kalo mau ada acara contohnya ini saya mau belanja buat 17n karna belanja banyak jadi ke pasar harganya terjangkau dan bisa di tawar. Kalo mau belanja banyak emang mending ke pasar mba tapi kalo untuk sehari-hari saya belanjanya di tukang sayur keliling.”

Berdasarkan wawancara dengan pembeli harga sangat berpengaruh dengan minat beli konsumen. Di pasar harga lebih terjangkau dibanding berbelanja di tempat lain contohnya tukang sayur keliling. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Christian Eva keunggulan pasar tradisional yaitu harga yang lebih terjangkau bagi konsumen. Hal ini disebabkan oleh adanya praktik tawar menawar yang umum terjadi di pasar tradisional.

c) Pelayanan

Pasar menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih tradisional dan ramah dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Pengunjung yang mencari pengalaman belanja yang unik, personal, dan penuh kehangatan mungkin lebih tertarik pada Pasar. Hasil wawancara dengan mba vira sebagai pembeli di pasar sinduraja yaitu:

“Sukanya belanja di pasar tuh pedagangnya pada ramah apalagi kalo yang udah kenal. Semenjak di revitalisasi kan ini pedagang di kelompokan kalo dari saya sebagai pembeli si jadi nyaman ya belanjanya karna kalo udah hafal tempatnya jadi ngga nyari-nyari. Orang-orang jaman sekarang sudah ngga banyak yang kepasar mungkin karna sudah maraknya belanja online apapun bisa belanja online. Tapi belanja yang sebenarnya yaitu di pasar mba berinteraksi secara langsung dengan penjual. Apalagi penjual di pasar kan ramah jadi saya memilih belanja di pasar walaupun tidak setiap hari”.

Berdasarkan wawancara dengan pembeli di pasar sinduraja pelayanan mempengaruhi minat mereka berbelanja di pasar. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Crish Eva Pasar menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih tradisional dan ramah dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Pengunjung yang mencari pengalaman belanja yang unik, personal, dan penuh kehangatan mungkin lebih tertarik pada Pasar tradisional.

d) Penawaran Promosi

Praktik tawar menawar yang umum terjadi di pasar tradisional, yang memungkinkan pembeli untuk bernegosiasi harga dengan penjual. Berdasarkan wawancara dengan Mba Ida selaku pembeli di pasar sinduraja:

“Kalo belanja di pasar bisa ditawar mba iya walaupun turunnya dikit. Terkadang juga sayur disini ada yang diskon, kalo saya siang kesini sayur yang ngga bisa buat besok di jual sama pedagangnya di jual dengan harga yang lebih murah contohnya kaya kangkung yang harganya 4000 jadi 2500. Sekarang pasar udah ngga seramai dulu jadi di pasar aja sampe ada promo-promo mba.”

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, promosi memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen di pasar tradisional. Dengan menerapkan strategi promosi yang tepat, pedagang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka dan mendorong lebih banyak konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan pentingnya inovasi dalam metode promosi untuk bersaing dengan alternatif belanja lainnya, terutama di era digital saat ini.

E. Revitalisasi Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik tetapi juga aturan norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Untuk itu Al-Qur'an memberikan pandangan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah peraturan dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu maupun kelompok (Hamid, 2022).

Tujuan utama revitalisasi adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik secara material maupun spiritual. Hal ini tercermin dalam penelitian tentang revitalisasi pasar tradisional yang berfokus pada meningkatkan kepuasan pedagang dan kenyamanan lingkungan pasar. Revitalisasi memerlukan sinergi dan kerja sama antara pengelola pasar dan pedagang untuk meningkatkan pelayanan dan kebersihan lingkungan pasar, serta memperbanyak produk yang dijual.

Penerapan syariat Islam dalam perekonomian merupakan kewajiban setiap umat Muslim. Revitalisasi ekonomi syariah diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan keteraturan antar individu, serta mendorong kegiatan

ekonomi yang berkelanjutan (Shohwatul Islamiah, 2022).

Akan tetapi ada beberapa dampak positif dari diadakannya revitalisasi pasar ini diantaranya adalah meningkatkan fasilitas pasar yang membuat pedagang dan pembeli nyaman dalam melakukan transaksi. Apabila ditinjau dari perspektif ekonomi syariah peran pemerintah sangat penting dalam mengatur dan mengarahkan masyarakat kearah yang lebih baik lagi. Oleh karena itu, pemerintah sebagai pemimpin yang dipilih rakyat harus bersikap adil dan bijak sana sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. kepada umatnya. Maka dari itu, revitalisasi pasar sinduraja ini sangat memenuhi taraf ekonomi secara syariat baik itu dari sisi kebersihan dan juga tempat beribadah.

Maka pasar sinduraja sangat menjaga kebersihan dan menghindari perilaku-perilaku yang merugikan pembeli seperti penipuan (*tadlis*), judi (*maysir*), ketidakjelasan (*gharar*). Sehingga barang-barang yang diperbolehkan untuk dijual adalah barang-barang yang halal dan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini bertujuan untuk tidak membuat pembeli menjadi rugi dalam membeli barang yang dia inginkan.

Menurut Haetami dalam (Nur, 2018), salah satu cara mengetahui derajat kemaslahatan yaitu dapat diukur dari aspek tujuan akhir yang muncul sebagai akibat yang akan ditimbulkannya. Hal ini penting diketahui oleh setiap orang karena sering kali terjadi kekeliruan dalam menilainya. Terkadang apa yang dianggapnya sebuah masalah justru itu adalah mafsadah. Oleh karena itu yang menjadi ukuran untuk membedakan antara keduanya antara lain dapat dilihat dari segi apakah akibat yang ditimbulkannya baik atau buruk. Apabila suatu perbuatan tersebut menghasilkan kebaikan maka itu disebut masalah, namun sebaliknya jika yang dihasilkan keburukan disebut dengan mafsaddah.

Seperti penelitian ini, masalah yang ditimbulkan akibat revitalisasi pasar dapat dilihat melalui: Pertama, meningkatkan kenyamanan. Sebelum di revitalisasi pedagang berjualan dengan lapak seadanya. Tempat yang kumuh dan tidak terawat membuat pasar tradisional terkesan kurang representatif

untuk berjualan. Adanya tempat yang layak menimbulkan masalah bagi para pedagang karena dengan tempat yang layak lebih nyaman dalam berjualan.

Kedua, meningkatnya keamanan. Adanya penjaga di pasar sinduraja menghasilkan masalah berupa rasa aman bagi para pedagang. Mereka tidak takut jika gerobak atau barang-barang yang mereka tinggalkan dicuri oleh orang.

Ketiga, terbukanya peluang usaha. Adanya peluang usaha akibat revitalisasi pasar juga menandakan bahwa revitalisasi menimbulkan masalah bagi masyarakat lain dengan merekrut tenaga kerja baru di pasar sinduraja. Selain menghasilkan kemaslahatan, revitalisasi pasar juga menimbulkan mafsadah bagi sebagian pedagang, yakni menurunnya pendapatan pedagang. Dalam hal ini pemerintah harus segera mengatasi permasalahan yang ada.

Pandangan Ekonomi Syariah terhadap kebijakan revitalisasi pasar yaitu dapat mendatangkan kemaslahatan bagi umat. Oleh karena itu pemerintah harus benar-benar membuat kebijakan sesuai dengan permasalahan yang ada. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa kebijakan revitalisasi pasar pedagang kaki lima membawa kemaslahatan dan juga mafsadah baik kepada pedagang, pembeli, dan juga pemerintah sebagai pembuat kebijakan.

Adanya suatu kebijakan yang diimplementasikan tentunya menimbulkan suatu dampak tertentu bagi sasaran kebijakan itu sendiri. Dampak yang timbul ini merupakan hasil intervensi dari decision maker untuk mencapai tujuan tertentu. Dampak yang dirasakan oleh sasaran kebijakan itu dapat berupa positif dan negatif. Dan dampak sendiri dapat berupa dampak langsung (*output*) maupun dampak tak langsung (*outcome*).

Pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Begitu juga di pasar sinduraja sudah menjadi wadah bagi masyarakat sekitar sebagai penggerak ekonomi masyarakat. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian pasar. Dalam Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang aturannya bernafas pada ajaran-ajaran Islam. Di dalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Di pasar sinduraja sendiri

harga yang ditentukan tidak melebihi harga pasar pada umumnya dimana pedagang mengambil keuntungan sesuai ajaran islam yaitu pengambilan keuntungan harus seimbang dengan nilai barang atau jasa yang diberikan. Di harapkan harga yang tercipta di pasar sinduraja tetap pada prinsip kejujuran dan keadilan dengan mengikuti pedoman ini, seorang muslim dapat menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan ajaran agama dan mencapai keberkahan dalam usahanya.

Berdasarkan landasan teologis adanya revitalisasi harusnya memberikan kemanfaatan bagi pedagang. Sebagai pembuat kebijakan pemerintah harusnya lebih memahami kondisi di pasar tidak untuk mengambil keuntungan sendiri dari kebijakan yang di buat. Menjadi seorang pemimpin hendaknya selalu bertanggung jawab tidak boleh menyalahgunakan sebuah amanat. Seorang pemimpin harus bersikap adil terhadap rakyatnya.

F. Pembahasan

a. Program Revitalisasi

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari hasil *interview* (wawancara) dan Observasi, maka Dampak revitalisasi pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan minat beli konsumen di pasar tradisional (Studi kasus pasar sinduraja, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga) :

1) Interfensi Fisik

Kondisi pasar tradisional yang selama ini mempunyai citra negatif karena keadaan yang kumuh dan semrawut. Oleh karena itu pertama kali yang dilakukan adalah intervensi fisik untuk menarik minat pengunjung. Intervensi Fisik menjadi awal kegiatan fisik revitalisasi yang dilakukan secara bertahap dan meliputi perbaikan serta peningkatan kualitas dan kondisi bangunan, tata ruang, sampai dengan sarana dan prasarana.

Tabel 4.8
Interfensi Fisik

No.	Indikator Variabel	Sebelum	Sesudah
1.	Bangunan Pasar	Kurang Baik	Baik
2.	Tata Ruang/penataan	Tidak Teratur	Teratur

Sebelum revitalisasi kondisi fisik bangunan pasar kurang baik seperti banyak bangunan yang bocor dan rusak tetapi setelah dibangun kondisi fisik bangunan pasar menjadi baik. Untuk tata ruang atau penataan pedagang dulu sangat semrawut dan kumuh. Akan tetapi setelah di revitalisasi penataan pedagang sudah teratur. Dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan para pedagang di Pasar Sinduraja, mereka mengatakan bahwa bangunan pasar setelah dilakukan revitalisasi menjadi lebih bagus dengan berbagai fasilitas tambahan yang memadai, seperti toilet dan penataan tempat parkir. Kebersihan pasar juga sangat diperhatikan oleh pihak pasar. Listrik dan air juga sudah bagus. Berbeda sekali dengan kondisi pasar sebelum revitalisasi. Masalah fasilitas juga kurang layak seperti toilet dan lain-lain. Salah satu faktor yang mempengaruhi kondisi pasar menjadi kotor, kumuh, dan bau adalah setelah turun hujan, kondisi tanah menjadi basah (becak). Selain bangunan dan fasilitasnya sangat kurang, ada beberapa tempat berjualan yang hanya memakai tenda contoh pedagang sayur, ikan.

Untuk tata ruang atau penataan kios dan los setelah dilakukan revitalisasi lebih teratur daripada sebelum dilakukan revitalisasi. Penataan kios dan los pasar disesuaikan dengan jenis dagangan, menjadikan pasar tidak semrawut. Namun adanya kebijakan pengelompokan nyatanya pedagang merasakan persaingan yang lebih diantara mereka karna dagangan yang di kelompokkan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dilihat dari segi fisik revitalisasi menunjukkan hasil yang baik apabila ada kerja sama dari pihak pasar dan para pedagang agar pelaksanaan revitalisasi atau

pembangunan pasar yang telah dilakukan dapat memberikan dampak positif untuk jangka waktu yang lama.

2) Revitalisasi Manajemen

Dalam hal manajemen, pihak pasar mengadakan sosialisasi dan pembinaan secara intensif sehingga mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang secara jelas mengatur aspek-aspek seperti hak dan kewajiban para pedagang, tata cara penempatan, serta sarana dan prasarana yang disediakan.

Tabel 4.9
Revitalisasi Manajemen

No	Indikator Variabel	Sebelum	Sesudah
1.	Revitalisasi Manajemen	Iuran harian	Iuran harian, bulanan, tahunan
2.	Toilet	Tidak ada	Ada
3.	Tempat Parkir	Tidak teratur	Teratur
4.	Listrik	Tidak ada	Ada
5.	Keamanan	Tidak ada	Ada
6.	Kebersihan	Tidak ada	Ada

Keamanan menjadi salah satu indikator keberhasilan program revitalisasi pasar. Di pasar sinduraja baik sebelum dan sesudah revitalisasi pasar sudah ada keamanan pasar. Dan dengan adanya revitalisasi kondisi bangunan pasar menjadi lebih aman karna tertutup ada batasan antara permukiman warga dan pasar.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan sarana dan prasarana pasar sebelum dan sesudah Revitalisasi mengalami perubahan yang positif. Namun pada revitalisasi manajemen yaitu iuran yang dulunya hanya ada harian sekarang ada iuran harian, bulanan dan tahunan.

3) Revitalisasi Ekonomi

Berdasarkan dengan hasil wawancara beberapa pedagang pasar sinduraja, mengatakan bahwa setelah dilakukan revitalisasi, pendapatan

mereka mengalami penurunan dengan jam kerja pedagang melakukan jual-beli sama seperti sebelum pasar direvitalisasi.

Pendapatan adalah penghasilan yang berbentuk uang atau bentuk lainnya yang dapat diuangkan dari hasil usaha yang dilakukan oleh seseorang. Pendapatan juga bisa mempengaruhi partisipasi kerja atau alokasi waktu seseorang. Secara teoritis terdapat hubungan erat antara jumlah jam kerja dan pendapatan, waktu sehari karena kenaikan tingkat pendapatan akan menghasilkan harga waktu sehingga sebagian orang cenderung menambah jam kerja untuk mendapat pendapatan yang lebih besar.

4) Revitalisasi Sosial Budaya

Aspek sosial budaya dalam revitalisasi pasar sinduraja meliputi hubungan sosial pedagang, dan hubungan sosial pedagang dengan pengelola pasar. Setelah adanya revitalisasi pasar, diberlakukan peraturan pengelompokan yang mengubah letak ini akan berdagang para pedagang menjadi berdekatan, dan mengelompok sesuai dengan jenis dagangannya. Peraturan zonasi ini dilanggar oleh beberapa pedagang yang dengan sengaja berjualan tidak sesuai lokasi yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi Dalam pelaksanaan revitalisasi tidak menutup kemungkinan terjadinya konflik kepentingan antara pedagang dengan aparat.

Berdasarkan teori M.P. Todaro dan Stephen C. Smith(2006) pelaksanaan revitalisasi di pasar sinduraja hanya terjadi pada tataran permukaan saja. Revitalisasi belum secara sempurna membawa perubahan kesejahteraan dan mentalitas pedagang kearah yang lebih baik. Revitalisasi yang dilakukan oleh dinas perdagangan hanya dimaknai sebagai perubahan secara fisik dengan mengutamakan kepentingan bisnis semata. Kesejahteraan pedagang belum tercapai secara maksimal utamanya bagi pedagang kecil.

b. Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang

Pendapatan dapat diartikan sebagai penghasilan yang diperoleh dari suatu pekerjaan. Pendapatan dapat diperoleh ketika terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan harga. Dengan itu, setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu di sektor informal. Untuk mengukur tingkatan pendapatan seorang pedagang seperti yang telah diuraikan di atas, yaitu:

1) Penjualan

Guna meningkatkan pendapatan yang penting untuk dilakukan adalah meningkatkan volume penjualan sehingga membutuhkan modal yang cukup besar. Konsep penjualan menjadi pendekatan utama yang digunakan perusahaan terhadap pasar. Tingkat penjualan berpengaruh penting dalam kegiatan perdagangan. Menurunnya penjualan mempengaruhi jam kerja pedagang.

Berdasarkan wawancara dengan para pedagang di pasar sinduraja, pedagang menyatakan bahwa setelah dilakukan revitalisasi, tingkat atau volume penjualannya menjadi menurun pasar sepi tidak seperti sebelum di revitalisasi.

Berdasarkan penelitian Annisa Indah Masitha Pelaksanaan revitalisasi di Pasar Wonokromo hanya terjadi pada tataran permukaan saja. Revitalisasi belum secara sempurna membawa perubahan kesejahteraan dan mentalitas pedagang kearah yang lebih baik.

2) Keuntungan

Dalam menjalankan suatu usaha, keuntungan menjadi salah satu hal yang sangat diperhitungkan. Semakin banyak keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang didapatkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para pedagang di pasar sinduraja, mereka menyatakan bahwa setelah dilakukan revitalisasi pasar, sebenarnya keuntungan yang diambil dari barang yang dijual sama saja dengan kondisi sebelum adanya revitalisasi.

Namun, keuntungan yang mereka peroleh menurun karena volume penjualan yang mereka peroleh menurun yang berpengaruh pada penurunan pendapatan.

3) Penghasilan

Berdasarkan 2 indikator yang telah dijelaskan diatas yaitu penjualan dan keuntungan, karena gambaran dari penghasilan pedagang dapat dilihat. Ketika volume penjualan menurun, keuntungan juga menurun maka hasil akhirnya adalah menurun penghasilan.

Hal ini sesuai dengan data yang diambil dari 350 pedagang dengan mengambil sampel 10 pedagang yang diwawancarai 7 pedagang menyatakan bahwa penghasilan atau pendapatan mereka menurun setelah dilakukan revitalisasi. Hal ini disebabkan karena tingkat pembeli yang berbelanja di pasar sinduraja juga menurun.

c. Dampak Revitalisasi Terhadap Minat Beli Konsumen

Daya minat beli, yang merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek ataupun keperluan pokok yang tersedia dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian pada alternatif yang paling disukai. Proses ini didasari oleh berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari hasil *interview* (wawancara) dan Observasi, maka Dampak revitalisasi pasar sinduraja terhadap minat beli konsumen dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Pekerjaan dan Pendapatan

Pekerjaan dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional. Pekerjaan juga mempengaruhi waktu yang tersedia untuk berbelanja. Mereka yang memiliki pekerjaan dengan jam kerja fleksibel atau tidak terlalu padat mungkin lebih cenderung mengunjungi pasar tradisional, yang sering kali menawarkan pengalaman belanja yang lebih santai dan interaktif.

Berdasarkan wawancara dengan pembeli di pasar sinduraja mereka hanya mempunyai waktu luang di sore hari sedangkan pasar sinduraja buka hanya dari pagi hingga siang hari. Bisa disimpulkan bahwa pekerjaan dan pendapatan mempengaruhi minat beli di pasar tradisional.

Secara keseluruhan, pekerjaan memiliki dampak signifikan terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional melalui pengaruhnya terhadap penghasilan, waktu luang, preferensi produk, dan keterlibatan sosial. Memahami hubungan ini dapat membantu pedagang di pasar tradisional untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar lebih menarik bagi berbagai segmen konsumen.

2) Harga dan Kualitas

Harga menjadi nilai yang sangat penting dalam keputusan pembelian suatu barang. Begitu juga dengan kualitas berpengaruh secara terhadap minat beli. Secara simultan, harga dan kualitas produk berkontribusi besar terhadap minat beli.

Berdasarkan wawancara dengan konsumen di pasar sinduraja para konsumen memilih belanja di pasar karna harga yang terjangkau dan kualitas sayur yang fresh. Baik harga maupun kualitas memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli di pasar tradisional. Penjual perlu mempertimbangkan kedua aspek ini untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Menyediakan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif akan membantu dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian ulang.

Hasil wawancara sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Christian Eva keunggulan pasar tradisional yaitu harga yang lebih terjangkau bagi konsumen. Hal ini disebabkan oleh adanya praktik tawar menawar yang umum terjadi di pasar tradisional.

Sejalan dengan teori *Of Planned Behavior (TPB)* dapat digunakan untuk memahami bagaimana revitalisasi pasar Sinduraja berdampak kepada minat beli konsumen. Setelah revitalisasi pasar Sinduraja

meningkatkan melalui promosi, kualitas produk yang ditingkatkan, konsumen cenderung memiliki sikap positif terhadap produk-produk baru yang ditawarkan. Misalkan, jika produsen memberikan diskon atau promo yang menarik, konsumen akan memiliki sikap yang lebih positif untuk membeli.

3) Pelayanan

Pelayanan yang baik tidak hanya menarik minat beli tetapi juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung kembali berbelanja di tempat yang memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan.

Untuk meningkatkan daya tarik pasar, pedagang perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan agar dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Membangun hubungan baik dengan konsumen melalui pelayanan yang ramah dan responsif akan sangat membantu dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif.

Berdasarkan wawancara dengan pembeli di pasar sinduraja menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih tradisional dan ramah dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Crish Eva Pasar menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih tradisional dan ramah dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Pengunjung yang mencari pengalaman belanja yang unik, personal, dan penuh kehangatan mungkin lebih tertarik pada Pasar tradisional.

4) Penawaran dan Promosi

Penawaran dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di pasar tradisional. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk yang tersedia di pasar tradisional. Melalui berbagai bentuk promosi, seperti diskon, iklan, atau acara khusus, penjual dapat menarik perhatian lebih banyak pembeli.

Dari hasil wawancara sebanyak 6 orang konsumen di pasar sinduraja merasa pasar sinduraja mengalami perubahan yang bagus dai segi bangunan namun gaya hidup (*life style*) masyarakat yang merasa lebih yaman berbelanja di tukang sayur keliling karna sangat memudahkan masyarakat dalam berbelanja.

Berdasarkan penelitian Tifani Sasnila Silitonga dan Asal Wahyuni Erlin Mulyadi penurunan volume penjualan dikarenakan banyaknya kompetitor di luar lingkungan pasar seperti sudah banyak jualan keliling menggunakan motor yang menjual sayur, ikan, buah-buahan dan lainnya sehingga masyarakat banyak yang memilih belanja dari tukang jualan keliling tersebut karena lebih praktis dan memudahkan masyarakat.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan mengenai Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Dan Minat Konsumen Berbelanja Di Pasar Sinduraja maka dapat disimpulkan bahwa adanya proses revitalisasi memberikan beberapa dampak negatif maupun positif bagi para pedagang dan pembeli di pasar sinduraja. Dari beberapa wawancara dan pengamatan yang dilakukan maka hasil penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Revitalisasi pasar menimbulkan beberapa dampak terhadap pendapatan pedagang pasar sinduraja :
 - a. Meningkatkan kenyamanan pedagang dalam berjualan dengan tempat yang lebih memadai
 - b. Mengelompokkan pedagang berdasarkan jenis dagangannya.
 - c. Meningkatkan keamanan.
 - d. Menurunnya tingkat pendapatan karena sepi pembeli dan meningkatnya pendapatan karena tempat jualan berada di tempat yang strategis atau berada di depan dan tidak banyak saingan.
2. Revitalisasi pasar menimbulkan beberapa dampak terhadap minat beli konsumen di pasar sinduraja :
 - a. Meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja di pasar tradisional sinduraja yang semula sangat kumuh menjadi rapi.
 - b. Memudahkan dalam berbelanja di pasar sinduraja karena sudah dikelompokkan.
 - c. Menurunnya minat beli disebabkan jam buka dan tutup pasar yang terlalu cepat.

B. Saran

1. Bagi pedagang dipertahankan dalam kualitas dagangan.
2. Bagi anggota pengurus pasar sinduraja harusnya transparansi keuangan perlu ditingkatkan agar terciptanya kepercayaan dari para anggota.

3. Bagi Dinas Perindustrian Perdagangan lebih memperhatikan perkembangan setelah direvitalisasi apakah berdampak positif atau negatif.
4. Bagi peneliti yang mendatang diharapkan dapat meneliti lebih luas akan dampak revitalisasi bukan hanya dari sisi pedagang dan pembeli saja tetapi juga dari sisi masyarakat sekitar yang terkena dampak.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiyadnya, M. S. P., & Setiawina, N. D. (2015). Analisis Tingkat Efektifitas Dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 04, 265–281.
- Agama, I., & Negeri, I. (2023). Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen dan Minat Berbelanja Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Langsa. 5(April).
- Alfianita, E., Wijaya, A. F., & Siswidiyanto. (2017). Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(5), 758–762.
- Annisa Indah Mashita. (2023). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang. *Jurnal Sosek Pekerjaan Umum*, Vol. 2 No.(November).
- Arohman, & Kohar. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(02), 10–20.
- Artaman, D. M. A., Yuliarmi, M. N., & Djayastra, i ketut. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 02, 87–105.
- Badrika, I. N. A., & dan I Gst Ngr Ag.Bagus Widianana. (2023). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Para Pedagang Di Pasar Kediri Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *International Journal of Technology*, 47(1), 100950.
- Christin Eva. S1, D. (2024). Analisis Persaingan Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Dalam Prespektif Daya Minat Beli Pengunjung. 4(3), 710–724.
- Cyntia Pratiwi, K., & Kartika, I. N. (2019). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 805. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i07.p06>
- Fitriani, H. (2022). Dampak Revitalisasi Lapangan Beran Terhadap Efek Sosial dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 1(2), 76–86. <https://doi.org/10.59525/jess.v1i2.116>
- Hadi Muktadir, M., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701–6711. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3898>
- Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi pasar tradisional dalam sudut pandang ekonomi islam. *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 51–68.
- Hidayatullah, N. S., & Afif, M. (2024). Paradigma Perdagangan Dalam Islam (Telaah Taradhin Dalam Akad Jual-Beli). *El-Kahfi/ Journal of Islamic Economic*, 05(01), 1–13.
- Istarno, A. B. (2023). Dampak Revitalisasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Di Pasar Baturetno Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Ekonomi*, 112.
- Juliarta, I. M. G., & Darsana, I. B. (2015). Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar

- Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar , Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Pertumbuhan pa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 138–166.
- Kusumastuti, D. K. (2020). Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 27–50. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>
- Larasati, C. D., & Rohman, A. (2023). Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional. *Journal of Urban Sociology*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.30742/jus.v1i1.2787>
- Mainingsih, S. (2023). *Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 5(01), 2022–2023.
- Mangeswuri, D. R., & Purwanto, N. P. (2010). Revitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(1), 313–335.
- Maulana, S., Dawam, A., & Septiana, A. (2022). Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 175–181. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.48185>
- Mokalu, T. M., Nayoan, H., & Sampe, S. (2021). Peran pemerintah dalam pemberdayaan pasar tradisional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–11.
- Pramudyo, A. (2020). Analisis Pengaruh Revitalisasi terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang dan Minat Masyarakat Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Bantul). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1), 875–885. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v14i1.1014>
- Qolbi, A. U., Awali, H., Stiawan, D., Devy, H. S., Abdurrahman, U. I. N. K. H., & Pekalongan, W. (2023). Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 19–30.
- Rizka Aprilia. (2017). *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang*. 6(2), 215–221.
- Rudiyanto, M. A. (2020). *Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar (Studi pada Pasar Tradisional Desa Bulubrangsi Kec . Laren Kabupaten Lamongan)*. 3(September), 72–84.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Modernisasi Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97–115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>
- Shohwatul Islamiah. (2022). Revitalisasi Ontologi Ekonomi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 168–174. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9473](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9473)
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Madany, K. Al. (2019). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Persepsi Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 8(1), 12–25.
- Silitonga, T. S., & Mulyadi, A. W. E. (2021). Analisis Dampak Ekonomi Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta. *Wacana Publik*, 1(2), 398.

<https://doi.org/10.20961/wp.v1i2.54603>

- Site Putra Bangsa. (2016). *Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang*. 15(02), 22–36.
- sulasih. (2014). Business Plan Pengembangan Lembaga Dan Usaha Koperasi Sektor Riil Dalam Rangka Revitalisasi Koperasi Nira Satria Kabupaten Banyumas. *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–2.
- Sulasih, S. (2017). Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.561>
- Sultan, A. (2019). Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 132–146. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/2154>
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Yansyah, F., Evahelda, E., & Pranoto, Y. S. (2021). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terminal Toboali Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Respon Konsumen Di Kabupaten Bangka Selatan. *Journal of Integrated Agribusiness*, 3(2), 113–129. <https://doi.org/10.33019/jia.v3i2.1275>
- Yuni Saputri, G., & Sari Islami, F. (2021). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari. *Jurnal Paradigma Multidisipliner*, 2(2), 119–128.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pertanyaan untuk kepala Pasar Sinduraja

1. Kapan Revitalisasi Pasar Sinduraja Dilakukan?
2. Apakah sudah tepat Pasar Sinduraja Di Revitalisasi?
3. Bagaimana keadaan Pasar setelah di revitalisasi?
4. Apa ada permasalahan setelah di revitalisasi?
5. Fasilitas apa saja yang ada di Pasar Sinduraja?
6. Berapa jumlah pedagang yang ada di Pasar Sinduraja ?
7. Bagaimana keamanan dan kenyamanan Pasar setelah di revitalisasi?

B. Pertanyaan untuk pedagang Pasar Sinduraja

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?
2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?
3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?
6. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?
7. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?
8. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?
9. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?
10. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

C. Pertanyaan untuk konsumen Pasar Sinduraja

1. Seberapa sering bapak/ibu berbelanja di pasar sinduraja?
2. Alasan berbelanja di Pasar Sinduraja?
3. Apakah nyaman berbelanja di Pasar Sinduraja setelah di revitalisasi?
4. Apakah kualitas barang yang ada di pasar sinduraja meningkat?
5. Bagaimana pelayanan yang ada di Pasar Sinduraja ?

Lampiran 2
HASIL WAWANCARA
Wawancara dengan Kepala Pasar Sinduraja

Hari, tanggal : Sabtu, 23 November 2023

Tempat : Kantor Pasar Sinduraja

Informan : Bapak Sumiat

1. Kapan Revitalisasi Pasar Sinduraja Dilakukan?

Jawaban: Pasar Sinduraja di revitalisasi pada tahun 2019 pembangunan sekitar 6 bulan dan aktif kembali di tahun 2020.

2. Apakah sudah tepat Pasar Sinduraja Di Revitalisasi?

Jawaban: Sudah sangat tepat mba karna memang Pasar Sinduraja yang dulu sudah sangat tidak beraturan dan sering macet juga memang sudah saatnya di perbaiki. Dari bangunan aja udah sangat tua ngga semua tempat jualan ada atapnya kalo hujan jadi banjir dan becek yang bisa membahayakan pembeli yang ada di Pasar Sinduraja. Salah satu cara biar ngga macet juga pasar harus di tata ulang karna jika semakin lama di biarkan maka akan semakin parah.

3. Bagaimana keadaan Pasar setelah di revitalisasi?

Jawaban: Dari segi bangunan bagus mba lebih tertata, lebih rapi dan udah ngga becek juga. Lebih nyaman untuk berbelanja jumlah pedagang yang sekarang juga lebih banyak.

4. Apa ada permasalahan setelah di revitalisasi?

Jawaban: Karna pasar sinduraja kembali aktif di gunakan 2020 yang saat itu di sedang korona dimana aktivitas di luar harus di kurangi pada saat itu juga pasar sinduraja mengalami penurunan pembeli.

5. Fasilitas apa saja yang ada di Pasar Sinduraja?

Jawaban: Sekarang sudah ada WC sekitar ada 3 dulu kan ngga ada sama sekali. Parkiran juga sekarang sudah semakin luas area depan pasar yang dulu untuk berjualan sekarang untuk tempat parkir. Pedagang semuanya masuk di area pasar.

6. Berapa jumlah pedagang yang ada di Pasar Sinduraja?

Jawaban: Lebih banyak sekarang si mba kalo dulu 370 pedagang sekarang menjadi 391 pedagang.

7. Bagaimana keamanan dan kenyamanan Pasar setelah di revitalisasi?

Jawaban: Keamanan pasar tentunya sekarang lebih di tingkatkan ya mba. Dulunya Pasar Sinduraja itu gabung dengan pemukiman warga kalo sekarang kan Pasar sudah di pagar keliling jadi lebih aman. Kalo dari segi kenyamanan juga lebih nyaman karna tempatnya sudah rapi parkirannya juga rapi tidak ada yang berjualan di luar pasar.



Lampiran 3

Wawancara dengan Pedagang

Hari, tanggal : 23 Desember 2023

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Rina (pedagang sayur)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?
Jawaban: Saya berjualan sudah lama sejak tahun 2012 dari sebelum revitalisasi. Dari pasarnya masih jadul banget mba.
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Dari saya si kalo dari segi tempat sangat nyaman ya mba fasilitas juga bagus. Namun ya adanya pengelompokan ini saya kurang setuju aja mba karna persaingannya ketat.
3. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Kalo pendapatan saya menurun mba. Dulu pasarnya rame sekarang jadi sepi.
4. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?
Jawaban: Karna penempatan pasar si mba saya dulu jualannya lebih banyak tempatnya lebih lebar sekarang terlalu kecil menurut saya.
5. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?
Jawaban: Kalo harga bukan lebih naik tapi lebih ke memang harga di pasaran sekarang segitu. Memang dari sana nya juga naik.
6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?
Jawaban: Kalo mutu sama saja mba, yang berubah dari jumlah barangnya saja.
7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?
Jawaban: Beda banget kalo sistem iuran dulu Cuma ada harian sekarang ada harian, bulanan, dan tahunan.
8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?
Jawaban: Kalo saya kurang puas mba soalnya hanya tempat saja yang kerasa di revitalisasi yang lain-lain ngga.
9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?
Jawaban: Kalo saya lumayan ya turunnya dari yang 400.000 jadi 200.00 lumayan banget turunnya.

Hari, tanggal : 23 Desember 2023

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Mas Aji (Penjual Buah)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?
Jawaban: Saya jualan dari tahun 2013 sekitar 11 tahun.
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Saya cukup puas mba setelah revitalisasi ini pasar jadi lebih luas, rapi, teratur jadi enak buat jualan.
3. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Kalo saya si naik ya mba, mungkin pedagang lain menyayangkan adanya pengelompokan kalo saya karna yang dagang buah di sini ngga cukup banyak jadi saya merasa setuju saja.
4. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?
Jawaban: Sekarang pasar ngga terlalu ramai ya mba jadi ya pintar-pintar kita dalam menawarkan jualan kita.
5. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?
Jawaban: Ngga mba harga tetap sama sesuai harga pasar saja.
6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?
Jawaban: kalo jumlah ada mba, malah meningkat jauh.
7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?
Jawaban: kalo sekarang ada iuran harian, bulanan, tahunan.
8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?
Jawaban: Saya sangat puas si mba.
9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?
jawaban: Pendapatan saya meningkat si mba dari sekitar 700.000 jadi 900.000

Hari, tanggal : 23 Desember 2023

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Sri (pedagang perabotan)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?
Jawaban: Saya jualan sudah lama sekali mba 2019
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Kurang puas saya mba, walaupun pasar jadi rapi gini tapi saya jualannya jadi sepi tempatnya juga jadi mahal.
3. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?
Jawaban: Pendapatan saya turun banget mba sekarang saya yang penting bisa bayar uang sewa aja udah alhamdulillah.
4. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?
Jawaban: dari segi tempat menurut saya dulu saya jualannya lebar keliatan jualannya, sekarang di kios kek gini malah jadi ngga keliatan jualannya.
5. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?
Jawaban: Kalo dari saya si tetap sama harganya ngga ada yang berubah kalo ngga dari tempnya udah naik.
6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?
Jawaban: Iya kalo volume penjualan menurun.
7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?
Jawaban: Iuran banyak banget mba sekarang harian, bulanan, tahunan, listrik sama air juga.
8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?
Jawaban: Kurang puas saya mba penempatannya kurang bagus.
9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?
Jawaban: Pendapatan saya turun sangat drastis mungkin dari sekitar 450.000 sekarang jadi 150.000.

Hari, tanggal : 23 Desember

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Mba Erna (pedagang rames)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: saya jualannya dari 2017

2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: saya si puas ya mba karna dapet tempat dagang yang strategis.

3. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: Kalo saya naik mba

4. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: Menurut saya si dari segi tempat jualnya dulu. Saya jualannya di belakang ngga keliatan jadi pendapatan saya kecil kalo sekarang jualannya di depan jadi keliatan dan jadi rame.

5. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?

Jawaban: Ngga si mba saya tetap aja jualannya ngambil untungnya tetap sama.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: Iya saya meningkat dari mutu dan volume nya.

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: Iuran sekarang lumayan banyak tapi menurut saya sepadan dengan tempat.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: Kalo saya si puas dari tempatnya jadi bagus saya juga dapet tempat yang strategis.

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: Alhamdulillah pendapatan saya naik dari yang dulu Cuma dapet 300.000 sekarang jadi 500.000.

Hari, tanggal : 23 Desember 2023

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Tina (pedagang daging ayam)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: Saya jualan dari sekitar tahun 2015 dari sebelum revitalisasi.

2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: Saya cukup puas tapi hanya dari segi bangunan kalo tempat saya kurang setuju kalo di kelompokan.

3. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: pendapatan memang ngga terlalu signifikan turunnya tapi kerasa aja mba turunnya.

4. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: Iya ini pengelompokan menurut saya berpengaruh soalnya ya sederetan jualannya sama pasti pelanggan bakal memilih jualan yang lengkap.

5. Apakah dengan adanya revitalisasi terjadi perubahan harga?

Jawaban: karna saya jualan daging terus memang di banding dulu harga daging jauh berbeda.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: iya merubah mba karna ngga teralu ramai tentunya volumenya menurun.

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: iuran sangat berbeda tentunya dulu cuma harian sekarang ada yang lain-lain.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: cukup puas dari segi tempat dan kebersihan

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: dari sekitar 500.000 ke 400.000 sekarang.

Hari, tanggal : 14 Agustus 2024

Tempat : Pasar Purbalingga

Informan : Pak Agus (penjual ikan bandeng)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: saya berjualan dari 2015

2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?

Jawaban: Saya jualannya dari jam 5.00-jam 10.00 normal seperti pedagang yang lain.

3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: saya si nyaman dari segi tempat jualannya dan fasilitasnya lumayan bagus.

4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: dari segi pendapatan saya menurun mungkin kebanyakan pedagang di sini pendapatannya menurun juga ya.

5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: karna pasar sekarang sepi ya mba jadi pendapatan ya menurun.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: dari volume penjualan tentu berbeda kalo dari saya menurun.

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: iuran berbeda lebih berat kalo sekarang.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: kalo dari saya cukup puas namun masih banyak yang harus di benahi.

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: lumayan turun ya pendapatan saya dari yang sekarang 400.000 sekarang jadi 250.000.

Hari, tanggal : 24 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Pak Riyan (penjual tahu)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: saya berjualan dari tahun 2017

2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?

Jawaban: saya berjualan dari jam 06.30-10.30 biasanya mba

3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: kalo menurut saya ya memang sudah saatnya pasar sinduraja di revitalisasi mba

4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: pendapatan sebenarnya naik turun tapi kalo sekarang lebih sering turun dari yang sekitar 250.000 ke 200.000.

5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: mungkin dari penempatan, dulu saya jualannya di depan jadi gampang terjangkau oleh pembeli.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: kalo dari saya ngga si mba mutunya engga volumenya juga ngga karna ya kadang rame kadang sepi.

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: iurannya sekarang rada berat ya mba karna lumayan banyak ada harian, bulanan, tahunan, air dan listrik.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: saya kurang puas

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: sebelum nya sekitar 250.000 sekarang 200.000 sekitar segitu mba.

Hari, tanggal : 24 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Mita (penjual sembako)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: berjualan dari tahun 2016 sekitar segitu

2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?

Jawaban: saya buka jam 06.00-01.00 siang mba

3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: penataan udah bagus namun ukuran kios terlalu kecil jadi ini kaya nanggung banget ukurannya.

4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: karna pasar sepi jadi pendapatan saya juga menurun namun ngga signifikan mungkin dulu 750.000 sekarang jadi 800.000 sekitar segitu mba.

5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: Karna penempatan si mba ini saya di kios depan jadi ya sedikit naik pendapatannya.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: iya merubah jualan saya ngga sebanyak dulu

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban kalo kios sekarang lebih mahal dari yang dulu belum iuran yang lain-lain.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: saya si kurang puas

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: pendapatan tidak signifikan dari 750.000 sekarang 800.000.

Hari, tanggal : 24 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Lilis (pedagang sayur)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: sekitar tahun 2015 saya berjualan

2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?

Jawaban: saya berangkat dari jam 05.00-jam 10.00

3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: iya saya si lumayan puas dengan adanya revitalisasi namun iya manajemen nya mungkin bisa lebih di tingkatkan.

4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: tempat lebih bagus, fasilitas lebih bagus , kebersihan juga terjaga.

5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: penempatan sepertinya sangat berpengaruh ya karna yang saya rasakan seperti itu.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: kalo saya iya volumenya menurun

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: iurannya semakin tinggi mba

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: lumayan puas

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: pendapatan saya naik turun sebenarnya kalo di kira-kira dulu 350.000 sekarang 300.000.

Hari, tanggal : 24 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Ayu (penjual buah)

1. Dari kapan bapak/ibu berjualan di Pasar Sinduraja?

Jawaban: jualan dari tahun 2014

2. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan?

Jawaban: dari jam 05.00 sampai jam 12.00

3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: perbedaannya hanya di tempat si mba

4. Bagaimana pendapatan bapak/ibu setelah adanya revitalisasi?

Jawaban: pendapatan saya seperti pedagang lain mba menurun.

5. Menurut bapak/ibu mengapa pendapatan bisa naik atau turun?

Jawaban: karna orang-orang sekarang udah jarang ke pasar mba udah ngga seramai dulu pasarnya.

6. Apakah adanya revitalisasi mengubah mutu dan volume penjualan ?

Jawaban: mutu tetap sama tapi kalo volume iya menurun karna ya dari pada mubazir.

7. Bagaimana sistem iuran setelah di revitalisasi?

Jawaban: kalo iuran si yang paling krasa mba banyak banget iurannya kalo sekarang.

8. Apakah bapak/ibu puas dengan adanya revitalisasi?

Jawaban: saya kurang puas

9. Pendapatan sebelum dan setelah revitalisasi?

Jawaban: dulu pendapatan saya dulu 700.000 kalo sekarang 600.000

Lampiran 4
Wawancara dengan Konsumen

Hari, tanggal : Sabtu, 31 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Nining

1. Seberapa sering bapak/ibu berbelanja di pasar sinduraja?

Jawaban: saya ngga terlalu sering belanja di pasar karna memang ngga ada waktunya mba soalnya kan pasar bukannya pagi sampai siang sedangkan saya bisa belanjanya sore, ini karna hari sabtu jadi saya bisa belanja di pasar.

2. Alasan berbelanja di Pasar Sinduraja?

Jawaban: iya karena mau belanja banyak jadi ke pasar kalo biasanya saya hanya belanja di warung sekitar.

3. Apakah nyaman berbelanja di Pasar Sinduraja setelah di revitalisasi?

Jawaban: nyaman kok sekarang lega pasarnya ngga sumpek rapi juga.

4. Apakah kualitas barang yang ada di pasar sinduraja meningkat?

Jawaban: kualitas barang di pasar sinduraja bagus-bagus sayuran juga segar.

5. Bagaimana pelayanan yang ada di Pasar Sinduraja ?

Jawaban: Namanya di pasar iya penjualnya sangat ramah-ramah apalagi yang udah kenal pasti nyapa.

Hari, tanggal : Sabtu, 31 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Ani

1. Seberapa sering bapak/ibu berbelanja di pasar sinduraja?

Jawaban: saya lumayan sering belanja di pasar sinduraja karna saya berjualan juga di rumah.

2. Alasan berbelanja di Pasar Sinduraja?

Jawaban: iya pasar yang terdekat memang pasar sinduraja dan nyaman juga untuk berbelanja.

3. Apakah nyaman berbelanja di Pasar Sinduraja setelah di revitalisasi?

Jawaban: nyaman banget si dari segi tempat lega udah ngga becek seperti dulu harga juga murah-murah.

4. Apakah kualitas barang yang ada di pasar sinduraja meningkat?

Jawaban: kualitas tentunya bagus barang-barangnya berkualitas.

5. Bagaimana pelayanan yang ada di Pasar Sinduraja ?

Jawaban: semua pedagang yang di pasar ramah semua.

Hari, tanggal : Sabtu, 31 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Ibu Lina

1. Seberapa sering bapak/ibu berbelanja di pasar sinduraja?

Jawaban: saya ngga terlalu sering belanja mba kadang-kadang aja.

2. Alasan berbelanja di Pasar Sinduraja?

Jawaban: tadi ada waktu luang aja mba jadi saya kepasar

3. Apakah nyaman berbelanja di Pasar Sinduraja setelah di revitalisasi?

Jawaban: nyaman si kalo saya tapi jadi saya harus masuk kedalam pasar sekarang kalo dulu saya biasanya cuma di depan pasar aja.

4. Apakah kualitas barang yang ada di pasar sinduraja meningkat?

Jawaban: Kualitasnya jelas bagus

5. Bagaimana pelayanan yang ada di Pasar Sinduraja ?

Jawaban: pelayanan masih tetap sama dengan pasar yang dulu semua ramah.

Hari, tanggal : Sabtu 31 Agustus 2024

Tempat : Pasar Sinduraja

Informan : Mba Vira

1. Seberapa sering bapak/ibu berbelanja di pasar sinduraja?

Jawaban: ngga sering mba saya ini lagi mampir aja tadi lewat

2. Alasan berbelanja di Pasar Sinduraja?

Jawaban: ini karna memang lewat tapi saya biasanya belanja di pasar kalo belanjanya banyak.

3. Apakah nyaman berbelanja di Pasar Sinduraja setelah di revitalisasi?

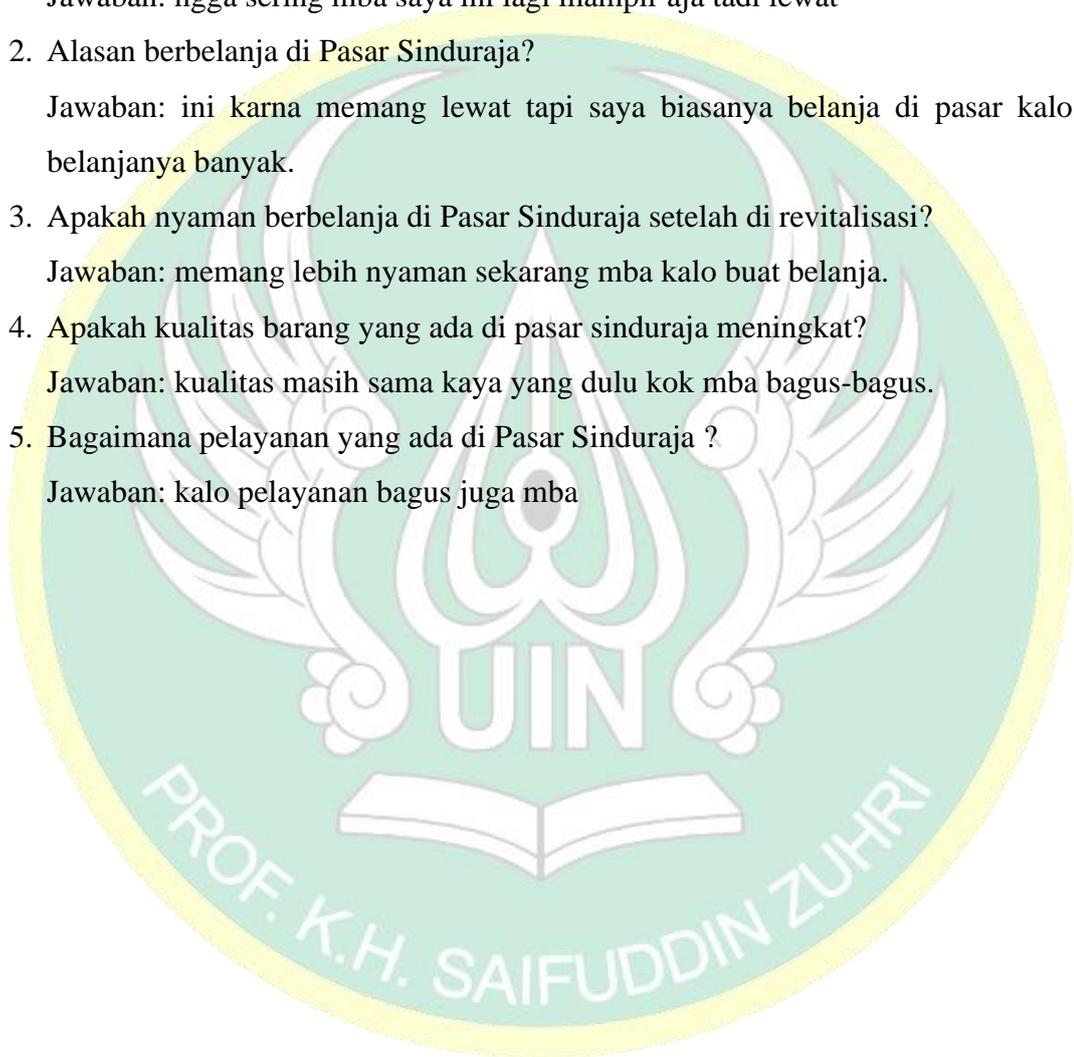
Jawaban: memang lebih nyaman sekarang mba kalo buat belanja.

4. Apakah kualitas barang yang ada di pasar sinduraja meningkat?

Jawaban: kualitas masih sama kaya yang dulu kok mba bagus-bagus.

5. Bagaimana pelayanan yang ada di Pasar Sinduraja ?

Jawaban: kalo pelayanan bagus juga mba



Lampiran 5
Dokumentasi



Pasar Sinduraja



Wawancara Pengelola Pasar



Wawancara Pedagang



Wawancara Pedagang



Wawancara Pedagang



Wawancara Pedagang



Wawancara konsumen



Wawancara Konsumen

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Firli Dwi Lestari
2. NIM : 2017201186
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 19 Oktober 2001
4. Alamat Rumah : Selakambang, RT 001/ RW 010, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Aziz Dasori Wijianto
Nama Ibu : Tri Wahyuni

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK : TK Pertiwi Purbalingga
 - b. SD/MI : SD Negeri 4 Selakambang
 - c. SMP/MTs : MTs Darul Abror Kedungjati
 - d. SMA/SMK/MA : SMK Ma 'arif NU 01 Banyumas
 - e. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2020-2024)
2. Pendidikan Non-Formal : - Pondok Pesantren Darul Abror Bukateja
- Pondok Pesantren Mambaul Ushulil Hikmah Banyumas

C. Pengalaman Organisasi

1. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) UIN Saizu Purwokerto

Purwokerto, 09 Oktober 2024



Firli Dwi Lestari