

Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.Si.  
Sari Utami, SE. Sy., ME.I.

# ISLAM & PASAR *Tradisional*



trust  
media  
publishing

ISLAM  
& PASAR  
*Tradisional*

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

**Lingkup Hak Cipta**

Pasal 2 :

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Ketentuan Pidana**

Pasal 72 :

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI.  
Sari Utami, SE. Sy., ME.I.

# ISLAM & PASAR *Tradisional*

**Editor:**

Jumriani, S.Sos., M.Si.  
Muhammad Ardi, SE.Sy., ME.  
Rini Idayanti, SE.Sy., ME.



**SYAPARUDDIN  
SARI UTAMI**

**ISLAM & PASAR TRADISIONAL**

Yogyakarta: 2019

xii + 194 hal., 16 x 23,5 cm

---

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektrik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit

Penulis : Syaparuddin  
Sari Utami

Editor : Jumriani, S.Sos., M.Si.  
Muhammad Ardi, SE.Sy., ME.  
Rini Idayanti, SE.Sy., ME.

Desain Cover : TrustMedia

Cetakan I : Desember 2019

ISBN : 978-602-5599-29-3

Penerbit : **TrustMedia Publishing**  
Jl. Cendrawasih No. 3  
Maguwo-Banguntapan, Bantul, Yogyakarta  
Telp. +62 274 4539208, +62 81328230858.  
e-mail: trustmedia\_publishing@yahoo.co.id

**Motto:**

وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عِلْمٌ

***“Dan di atas orang yang berilmu, ada orang lain yang lebih ‘alim” (QS. Yusuf [12]: 76).***

## KATA PENGANTAR PENULIS



Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. atas limpahan taufiq dan hidayat-Nya sehingga buku “Islam & Pasar Tradisional” ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Kemudian shalawat dan salam mudah-mudahan tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad saw.

Buku ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan selama enam bulan pada tahun 2019 dengan judul “Penguatan Pasar Tradisional untuk Pembangunan Berkelanjutan di Era Ekonomi Global (Studi di Kawasan Bosowasi).” Karena penelitian tersebut dibiayai melalui BOPTN 2019, maka memiliki beberapa target luaran yang wajib dilaksanakan. Salah satu target luaran yang wajib dilaksanakan adalah menerbitkannya dalam bentuk buku teks yang memiliki ISBN dan judulnya direkomendasikan supaya berbeda dengan judul penelitiannya karena format dan sistematika penulisan keduanya juga berbeda.

Penelitian yang dilakukan penulis tersebut atas dorongan pemikiran bahwa keberadaan pasar-pasar tradisional di era ekonomi global ini semakin terdesak. Selain karena keadaan fisiknya yang kalah bersaing dengan pasar modern, juga ciri khasnya sebagai pasar yang menyediakan kebutuhan barang dengan harga murah sudah tidak populer. Pasar tradisional yang memiliki keunikan dan identik dengan pasar yang memungkinkan adanya tawar-menawar barang juga sudah tidak menarik, karena saat ini ritel-ritel pembelanjaan modern, seperti alfamart dan indomart, menawarkan barang-barang kebutuhan dengan harga murah, bahkan memberikan harga diskon. Akibatnya, para konsumen akan melupakan keberadaan pasar

tradisional. Karena itu penting untuk menguatkan pasar-pasar tradisional tersebut tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan agar dapat bertahan di era ekonomi global ini.

Berdasar pada argumen di atas, buku ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi entitas bisnis, pemerintah pusat dan daerah untuk menguatkan pasar tradisional dengan inovasi, kemitraan, dan kebijakan. Buku ini berkaitan erat dengan pembangunan berkelanjutan yang sangat dibutuhkan dalam mengembangkan pasar tradisional tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Lebih dari itu, buku ini juga merupakan referensi penetapan kebijakan pengembangan, sistem evaluasi, dan sistem kontrol pasar tradisional di era ekonomi global. Selain itu dapat juga dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji perubahan ekonomi, sosial (termasuk keagamaan), dan lingkungan agar dapat membawa kemajuan pada masyarakat di daerah tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan.

Dengan penuh kesadaran, bahwa buku “Islam & Pasar Tradisional” ini masih perlu disempurnakan lagi, sehingga saran dan kritik untuk penyajian serta isinya sangat diperlukan.

Akhir kata, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang berpartisipasi atas bantuannya baik berupa materi maupun non-materi dalam penulisan dan penerbitan buku ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Yogyakarta, 06 Desember 2019

Penulis,

**Syaparuddin  
Sari Utami**



# DAFTAR ISI

Motto, v

Kata Pengantar, vii

Daftar Isi, ix

Daftar Tabel, xi

Daftar Gambar, xii

## **BAB I: PENDAHULUAN, 1**

- A. Sumber Motivasi, 2
- B. Signifikansi Penulisan Buku, 5
- C. Kontribusi Penulisan Buku, 6
- D. Metode Penulisan Buku, 6
- E. Organisasi Buku, 20

## **BAB II: PASAR RIIL, 23**

- A. Konsep Pasar, 24
  - 1. Pengertian Pasar, 24
  - 2. Fungsi Pasar, 25
  - 3. Mekanisme Pasar, 26
  - 4. Struktur Pasar, 28
- B. Praktik Pasar Riil, 31
  - 1. Pasar Tradisional, 31
  - 2. Pasar Modern, 32
  - 3. Pasar Online, 33

## **BAB III: RELASI ISLAM DENGAN PASAR, 35**

- A. Ayat al-Qur'an dan Hadits tentang Pasar, 36
- B. Pasar pada Masa Rasulullah saw, 40
- C. Prinsip-prinsip Pengelolaan Pasar dalam Islam, 44
- D. Pandangan Ulama tentang Pasar, 46

**BAB IV: BUKTI EMPIRIS, 51**

- A. Lokasi Penjaringan Data, 52
- B. Pasar Tradisional yang Dijadikan Sampel, 60
- C. Karakteristik Pasar Tradisional, 63
- D. Kontribusi Pasar Tradisional, 71
- E. Penguatan Pasar Tradisional, 84

**BAB V: MODEL PENGUATAN, 103**

- A. Kajian Konseptual, 104
  - 1. Studi Terdahulu, 104
  - 2. Landasan Teori, 122
- B. Kajian Faktual, 147
  - 1. Modernisasi dan Kemajuan Teknologi, 148
  - 2. Perdagangan Demokratis, 155
  - 3. Inovasi, Kemitraan dan Kebijakan, 159
- C. Kontruksi Model, 165

**BAB VI: PENUTUP, 175**

- A. Kesimpulan, 176
- B. Implikasi Kajian, 177
- C. Saran-saran, 177

**REFERENSI, 179**

**TENTANG PENULIS, 193**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Kisi-kisi Instrumen Wawancara, 16-17

Tabel 1.2 : Ringkasan Organisasi Buku, 22

Tabel 5.1 : Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Triwulan,  
170

Tabel 5.2 : Hasil Simulasi Tingkat Penguatan Pasar Tradisional, 170

Tabel 5.3 : Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Satu Tahun,  
171

Tabel 5.4 : Hasil Simulasi Tingkat Berkelanjutan Penguatan Pasar  
Tradisional, 171

Tabel 5.5 : Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Dua Tahun,  
172

Tabel 5.6 : Hasil Simulasi Tingkat Konsistensi Penguatan  
Berkelanjutan Pasar Tradisional, 173

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 : Teori *Planned Behavior*, 148

Gambar 5.2 : Model BSWS, 169

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **GARIS BESAR ISI BAB**

- A. Sumber Motivasi, 2
- B. Signifikansi Penulisan Buku, 5
- C. Kontribusi Penulisan Buku, 6
- D. Metode Penulisan Buku, 6
- E. Organisasi Buku, 20

## **A. Sumber Motivasi**

Jika menyikapi kehadiran pasar modern (mall dan minimarket) di era ekonomi global, maka keberadaan pasar-pasar tradisional semakin terdesak. Selain karena keadaan fisiknya yang kalah bersaing dengan pasar modern, juga ciri khasnya sebagai pasar yang menyediakan kebutuhan barang dengan harga murah sudah tidak populer. Pasar tradisional yang memiliki keunikan dan identik dengan pasar yang memungkinkan adanya tawar-menawar barang juga sudah tidak menarik, karena saat ini ritel-ritel pembelanjaan modern, seperti alfamart dan indomart, menawarkan barang-barang kebutuhan dengan harga murah, bahkan memberikan harga diskon. Akibatnya, para konsumen akan melupakan keberadaan pasar tradisional. Akan tetapi faktanya tidak seperti demikian, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di beberapa pasar tradisional di Kawasan Bosowasi (Bone, Soppeng, Wajo, dan, Sinjai) Sulawesi Selatan ternyata masyarakat di sana masih senang mendatangi pasar-pasar tradisional untuk berbelanja, karena keberadaan pasar-pasar tradisional menurut mereka, bukan semata-mata hanya untuk urusan ekonomi, tetapi juga mencakup tentang isu ruang dan relasi sosial, warisan dan ranah budaya, sekaligus peradaban yang berlangsung sejak lama dengan nilai historis yang sudah melekat (Hasil Observasi, 2019). Artinya, keberadaan pasar tradisional masih sangat dibutuhkan masyarakat di kawasan tersebut, karena itu keberadaannya perlu dikuatkan.

Sejauh ini studi tentang penguatan pasar tradisional dari sisi pembangunan berkelanjutan dengan pendekatan sosial-kemasyarakatan belum menjadi perhatian yang cukup dari para ahli. Beberapa studi yang telah ada, hanya cenderung memerhatikan hal-hal berikut ini, yaitu: (1) Revitalisasi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Pradipta (2016), Adiyadnya (2015), dan Alfianita (2015), (2) Pedagang pasar tradisional antara lain dilakukan oleh

Zunaidi (2013), Habibah (2013), dan Sutami (2012), (3) Pengelolaan pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Widyasari (2016), Nurhayati (2014), dan Bayuseno (2009), (4) Eksistensi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Andriani (2013), Kristiningtyas (2012), dan Pramudyo (2010), (5) Pengembangan pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Ariyani (2018), Nugroho (2016), dan Susanti (2014), (6) Relokasi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Armi (2016), Yeni (2017), dan Mokoginta (2015), (7) Aspek hukum pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Seran (2014), Noor (2013), dan Bintoro (2012), (8) Konsumen pasar tradisional dilakukan oleh Karouw (2016) dan Asribestari (2013), (9) Aspek sosial pasar dilakukan oleh Ekomadyo Riyanti (2013) dan (2007), (10) Saran dan prasarana pasar tradisional dilakukan oleh Devy (2009), dan (11) Harga barang di pasar tradisional dilakukan oleh Fardhani (2018).

Namun demikian ada studi yang ditemukan membahas tentang penguatan pasar tradisional dengan spesifikasi lain, yaitu dilakukan oleh Sabaruddin (2016) dan Aliyah (2014 dan 2017). Penelitian Sabaruddin (2016) membahas tentang dukungan pasar tradisional dan pasar modern dalam menguatkan diplomasi dan kebijakan perdagangan Indonesia. Sedangkan studi yang dilakukan oleh Aliyah (2014) membahas tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dengan pasar modern. Sementara studi lain yang dilakukan Aliyah (2017) membahas tentang strategi penguatan peran pasar tradisional. Selain studi tentang penguatan pasar tradisional dengan spesifikasi lain, juga ditemukan studi yang membahas tentang pembangunan berkelanjutan pasar tradisional dengan spesifikasi lain, yaitu dilakukan oleh Farhani (2014). Studi yang dilakukan Fahmi (2014) membahas tentang pengelolaan berkelanjutan pasar tradisional. Akan tetapi, studi yang membahas tentang penguatan pasar tradisional dari sisi pembangunan berkelanjutan belum ada secara spesifik melakukannya, karena itu buku ini hadir untuk

mengkaji hal tersebut, dan inilah yang menjadi motivasi penulisan buku ini.

Sementara itu, dalam pembangunan berkelanjutan terkandung tiga sektor yang jadi tiang utama pembangunan, yakni sektor ekonomi, sosial (termasuk keagamaan) dan lingkungan. Tiga sektor ini harus saling terkait satu sama lainnya, jikalau pembangunan pada sektor ekonomi berhasil, maka pada sektor lain juga akan mengalami hal yang serupa tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan (Tanguay, dkk., 2009). Tetapi, tidak tertutup kemungkinan bahwa peningkatan sektor ekonomi di satu sisi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi di sisi lain justru merusak sektor sosial dan lingkungan, artinya mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Hal ini tentunya tidak boleh terjadi. Oleh karena itu perlu dikaji lebih lanjut dari aspek ekonomi, sosial (termasuk keagamaan) dan lingkungan dalam menguatkan motivasi penulisan buku ini, dan obyeknya dipusatkan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi.

Buku ini menawarkan tiga asumsi untuk dibuktikan. Ketiga asumsi yang dimaksud, yaitu: (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi diyakini tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang dipraktikkan di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Dalam membuktikan ketiga asumsi tersebut dibutuhkan data yang mengacu pada tujuan penulisan buku ini, yaitu: (1) Untuk mendeskripsikan karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, (2) Untuk mengetahui kontribusi pasar-pasar tradisional tersebut terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, dan (3) Untuk mengonstruksi model penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dalam



rangka pemenuhan pembangunan berkelanjutan di era ekonomi global.

## **B. Signifikansi Penulisan Buku**

Buku ini dianggap sangat signifikan untuk ditulis atas dasar tiga alasan utama, yaitu:

### 1. Kesadaran keterbatasan pengetahuan

Diasumsikan bahwa modernisasi dan perkembangan teknologi diyakini tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional. Jika demikian adanya, maka perlu dipertahankan dan diperkuat eksistensinya, yakni perlu dikelola secara profesional agar dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Akan tetapi pengetahuan penulis tentang pengelolaan pasar tradisional sangat terbatas. Oleh karena itu, penulisan buku tentang pengelolaan pasar tradisional sangat dibutuhkan untuk meminimalkan keterbatasan pengetahuan penulis tersebut.

### 2. Pemenuhan rasa ingin tahu

Diasumsikan bahwa model perdagangan demokratis yang dipraktikan di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat. Model perdagangan demokratis hanya bisa ditemukan di pasar tradisional, tidak ada di pasar modern, karena itu perlu dicari tahu mekanisme kerjanya melalui kajian dalam bentuk penulisan buku, karena hal tersebut memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat di daerah.

### 3. Pengembangan pengetahuan dan pemecahan masalah

Diasumsikan bahwa inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Studi-studi sebelumnya tentang penguatan pasar tradisional perlu dikembangkan pada lingkup kajian (*setting*) yang baru dalam konteks pembangunan berkelanjutan yang difokuskan pada pasar-

pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Hal ini dilakukan untuk mengonstruksikan model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam menguatkan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di seluruh daerah di Indonesia.

### **C. Kontribusi Penulisan Buku**

Hasil dari penulisan buku ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi entitas bisnis, pemerintah pusat dan daerah untuk menguatkan pasar tradisional dengan inovasi, kemitraan, dan kebijakan. Buku ini berkaitan erat dengan pembangunan berkelanjutan yang sangat dibutuhkan dalam mengembangkan pasar tradisional tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Lebih dari itu, buku ini juga merupakan referensi penetapan kebijakan pengembangan, sistem evaluasi, dan sistem kontrol pasar tradisional di era ekonomi global.

Buku ini akan bermanfaat dalam mengonstruksikan model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di era ekonomi global. Selain itu dapat juga dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji perubahan ekonomi, sosial (termasuk keagamaan), dan lingkungan agar dapat membawa kemajuan pada masyarakat di daerah tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan.

### **D. Metode Penulisan Buku**

Buku ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan selama enam bulan pada tahun 2019 dengan judul “Penguatan Pasar Tradisional untuk Pembangunan Berkelanjutan di Era Ekonomi Global (Studi di Kawasan Bosowasi).” Karena penelitian tersebut dibiayai melalui BOPTN 2019, maka memiliki beberapa target luaran yang wajib dilaksanakan. Salah satu target luaran yang wajib dilaksanakan adalah menerbitkannya dalam bentuk buku teks yang memiliki ISBN

dan judulnya direkomendasikan supaya berbeda dengan judul penelitiannya karena format dan sistematika penulisan keduanya juga berbeda. Judul bukunya adalah Islam dan Pasar Tradisional.” Karena buku ini merupakan hasil penelitian, maka metode penulisan yang disajikan di bawah adalah metode penelitiannya. Penjelasannya secara detail dapat disajikan sebagai berikut:

### **1. Proses dan Prosedur Penelitian**

Sesuai dengan prosedur penelitian pada umumnya, penelitian yang dilakukan penulis dimulai dari tahap *desk study* sampai dengan tahap pembuatan laporan akhir penelitian. Prosedur penelitian yang dilakukan penulis disusun agar pelaksanaannya terarah dan sistematis. Prosedur penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari empat tahap, yaitu:

#### **a. Desk Study**

Tahap *desk study*, penulis mengadakan penelitian pendahuluan, yakni penulis melakukan penjajakan lapangan terhadap latar penelitian, mencari data dan informasi tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Penulis juga menempuh upaya konfirmasi ilmiah melalui penelusuran literatur, seperti: artikel jurnal, buku-buku dan referensi pendukung penelitian tentang penguatan pasar tradisional. Setelah itu, penulis membuat rancangan penelitian yang meliputi: perumusan masalah, penentuan metode dan pendekatan penelitian, penentuan sumber data penelitian, dan penentuan dan penyusunan instrumen penelitian.

#### **b. Field Study**

Tahap *field study*, penulis memasuki latar penelitian dalam rangka pengumpulan data yang dibutuhkan, kemudian melakukan pengumpulan data dengan menggunakan semua instrumen yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis.

### 1) Pengolahan dan Analisis Data

Tahapan pengolahan dan analisis data, penulis melakukan serangkaian proses pengolahan dan analisis terhadap semua data yang dikumpulkan melalui semua instrumen yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis.

### 2) Penulisan Laporan Akhir

Tahap penulisan laporan akhir, penulis membuat laporan akhir dalam bentuk tertulis berdasarkan kaidah-kaidah penulisan karya tulis ilmiah, dan laporan tentang penggunaan dana yang diberikan, dalam hal ini, penulis diwajibkan: (1) membuat laporan *executive summary* diformat dalam bentuk artikel yang siap dikirim ke jurnal nasional terakreditasi Sinta 1, (2) membuat laporan penelitian diformat dalam bentuk *dummy* buku yang siap dikirimkan ke penerbit skala nasional, dan (3) membuat laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban penggunaan dana penelitian yang diberikan kepada penulis. Selain itu, target luaran penelitian setelah laporan akhir, yaitu: (1) terbitan jurnal nasional terakreditasi dengan Sinta 1, (2) buku teks yang memiliki ISBN, dan (3) HAKI.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melaksanakan penelitian selama enam bulan (*desk study* selama satu bulan, *field study* selama dua bulan, pengolahan dan analisis data selama satu bulan, dan penulisan laporan akhir selama dua bulan) dalam tahun 2019. Adapun lokasi yang dijadikan sebagai tempat penjarangan data adalah Kawasan Bosowasi. Alasan yang mendasari dijadikannya Kawasan Bosowasi sebagai lokasi penelitian, yaitu: (1) Kawasan Bosowasi (Bone, Soppeng, Wajo, Sinjai) merupakan salah satu kawasan andalan yang telah dicanangkan pada masa Gubernur Sulawesi Selatan, Syahrul Yasin Lompo, (2) Sebagai salah satu kawasan yang dijadikan sebagai pusat pembangunan untuk sektor perhubungan, pertanian, perkebunan, dan pariwisata, (3) Sebagai salah satu kawasan yang dijadikan sebagai pusat

pengembangan komoditas unggulan melalui alih teknologi atau pemanfaatan bibit unggul, (4) Sebagai salah satu kawasan yang diprioritaskan untuk percepatan dan penataan pembangunan infrastruktur seperti jalan, pertanian, perkebunan, dan pengembangan sentra-sentra usaha, (5) Hubungan antar keempat wilayah tersebut dalam berbagai aspek sangat kuat sejak dahulu hingga sekarang ini, (6) Struktur sosialnya sangat kental dengan nuasa budaya Bugis, dan (7) Pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut dianggap sebagai pondasi utama perekonomian rakyat.

### **3. Pendekatan dan Desain Penelitian**

#### **a. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian adalah rencana dan prosedur yang terdiri dari langkah-langkah pengumpulan data, analisis dan interpretasi (Mungim, 2008). Berdasarkan defenisi ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif-induktif untuk pengumpulan data-data penelitian tentang: (1) Karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, (2) Kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, dan (3) Penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi. Dalam menganalisis data-data yang telah dikumpulkan berdasarkan ketiga hal tersebut di atas, digunakan pendekatan sosial-kemasyarakatan dengan melihat dari aspek ekonomi, sosial (termasuk keagamaan), dan lingkungan, yakni data-data utama dikumpulkan dari fakta-fakta dari pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi melalui observasi, wawancara dan FGD lalu data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan teori struktur sosial, konstruksi sosial, perubahan sosial, dan teori *Planned Behavior*. Hasil analisisnya dijadikan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

## b. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur dan teknik dalam perencanaan penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan model atau blue print penelitian (Mungim, 2008). Desain penelitian yang digunakan penulis, adalah desain penelitian deskriptif. Desain penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi dan situasi suatu fenomena (Mungim, 2008). Berdasarkan penjelasan tersebut, desain penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara lengkap tentang: (1) Karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, (2) Kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, dan (3) Penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi.

Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa desain penelitian deskriptif diarahkan untuk menghasilkan suatu model, karena itu penelitian yang dilakukan penulis juga harus menghasilkan suatu model. Dalam membangun suatu model untuk dijadikan sebagai pedoman dalam menyelesaikan suatu masalah, penulis mengangkat tiga asumsi untuk dibuktikan, yaitu: (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi diyakini tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang dipraktikkan di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Ketiga asumsi tersebut dijabarkan dengan menggunakan teori struktur sosial, konstruksi sosial, perubahan sosial, dan teori *Planned Behavior*. Hasil penjabaran teori tersebut dijadikan sebagai dasar dalam membangun sebuah model, yakni model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan. Model tersebut dapat dijadikan sebagai

pedoman dalam menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional di Indonesia tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan.

#### **4. Partisipan Penelitian**

Partisipan penelitian adalah semua orang yang berpartisipasi dalam kegiatan penelitian yang dilakukan penulis. Partisipan tersebut terdiri dari: Reviwer, konsultan metodologi, peneliti, personil penelitian, key informan, dan informan. Penjelasan mengenai partisipan tersebut dapat disajikan berikut ini:

- a. Reviewer, subyek yang bertugas untuk melakukan proses penilaian proposal hingga penilaian luaran penelitian yang dilakukan. Subyek ini ditetapkan langsung oleh LPPM IAIN Bone.
- b. Konsultan metodologi, pakar yang ditentukan oleh penulis dan bertugas untuk melakukan pemetaan metodologi penelitian, subtansi penelitian, dan uji validitas konten terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Jasa konsultan yang digunakan penulis yaitu: Prof. Irwan Abdullah, MA., Ph.D. dan Dr. Muh. Yusuf, MA. Keduanya dari UGM Yogyakarta.
- c. Peneliti, subyek yang bertugas untuk melaksanakan penelitian. Subyek ini terdiri dari dua orang, yaitu: Peneliti pertama dan peneliti kedua. Peneliti pertama (Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.Sl.) bertanggungjawab untuk mengumpulkan data, menganalisis data, dan bertanggungjawab untuk menghasilkan *output* dan *outcome* penelitian, sedangkan peneliti kedua (Sari Utami, SE.Sy., M.El) bertanggungjawab untuk mengelola data dan menyusun kajian pustaka penelitian.
- d. Personil penelitian, subyek yang direkrut oleh penulis dan bertugas di sekretariat penelitian untuk mengurus semua jenis administrasi yang dibutuhkan dalam penelitian yang dilakukan, dan membantu penulis dalam mengambil informasi (wawancara, FGD dan data tertulis) dari informan yang ditentukan. Personil penelitian yang digunakan penulis terdiri dari tiga orang, yaitu:

Jumriani, S.Sos, Muh. Ardi, SE.Sy., M.El, dan Rini Idayanti, SE., Sy., M.El.

- e. Key Informan, subyek yang bertugas untuk memberikan informasi tentang pasar-pasar tradisional yang diobservasi, dan juga sebagai penghubung dengan informan yang diwawancarai. Penunjukan subyek ini dilakukan secara insidental sebelum melakukan observasi atau wawancara. Subyek ini berasal dari masyarakat umum digunakan jasa mereka karena memiliki kapasitas yang cukup untuk melakukan tugas yang diberikan oleh penulis.
- f. Informan, subyek ini terdiri dari dua, yaitu: (1) Informan yang bertugas untuk memberikan informasi melalui wawancara mengenai kontribusi pasar-pasar tradisional tersebut terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, (2) Narasumber pada FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan, bertugas untuk memberikan informasi tentang penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi. Informan dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilakukan. Informan wawancara yang dipilih adalah informan dari Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Sumber Daya Mineral Kab. Sinjai, Pendamping Desa Kab. Sinjai, Dinas Lingkungan Hidup Kab. Bone, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kab. Bone, Manajer BMT As'adiyah Sengkang Kab. Wajo, Dinas Perdagangan Kab. Wajo, Dinas PPK dan UKM Kab. Soppeng, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab. Soppeng. Pemilihan informan tersebut dilakukan dengan beberapa kriteria, yaitu: (1) Sebagai staf resmi di kantornya, (4) Bekerapoten pada pengembangan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dan (3) Bersedia berpartisipasi dalam penelitian yang dilakukan penulis. Sedangkan narasumber FGD yang diundang, yaitu: Prof. Dr. Syahabuddin, M.Ag. (Staf Ahli Menteri Sosial Bidang Teknologi Sosial), Drs. Abu Bakar, MM. (Kepala Bappeda Kab. Bone), dan Rahmatunnari, S.Ag., M.Ag. (Ketua LPPM IAIN Bone). Mereka



diundang sebagai narasumber pada FGD yang dilakukan karena memiliki pengalaman dan informasi yang cukup tentang pengembangan wilayah Bosowasi dari aspek ekonomi, sosial (termasuk keagamaan), lingkungan hidup, dan generasi muda.

## **5. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

### **a. Jenis Data**

Pengumpulan data dilakukan secara kualitatif-induktif untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, jenis data yang digunakan, yaitu:

#### **1) Data Primer**

Data primer yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis, diperoleh secara langsung dari obyek/subyek penelitian dengan cara: (1) melakukan observasi secara sistematis terhadap pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Pasar tradisional yang diobservasi terdiri dari 11 pasar di wilayah Sinjai, 10 pasar di wilayah Soppeng, 12 pasar di wilayah Sengkang, dan 23 pasar di wilayah Bone. Pasar-pasar tersebut dipilih berdasarkan kemudahan dalam mencapai lokasinya dan juga dianggap layak untuk dijadikan sebagai obyek penelitian dengan berdasar pada empat aspek, yaitu: Fisik pasar, ekonomi, sosial (termasuk keagamaan), dan lingkungan, (2) melakukan wawancara dengan informan dari Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Sumber Daya Mineral Kab. Sinjai, Pendamping Desa Kab. Sinjai, Dinas Lingkungan Hidup Kab. Bone, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kab. Bone, Manajer BMT As'adiyah Sengkang Kab. Wajo, Dinas Perdagangan Kab. Wajo, Dinas PPK dan UKM Kab. Soppeng, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab. Soppeng tentang pengembangan wilayah Bosowasi melalui pasar-pasar tradisional, dan (3) melakukan FGD dengan narasumber Prof. Dr. Syahabuddin, M.Ag. (Staf Ahli Menteri Sosial Bidang Teknologi Sosial), Drs. Abu Bakar, MM. (Kepala Bappeda Kab. Bone),

dan Rahmatunnair, S.Ag., M.Ag. (Ketua LPPM IAIN Bone) tentang Penguatan pasar-pasar tradisional dengan spesifikasi pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi.

## 2) Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis, yaitu: (1) dokumentasi secara khusus di Kawasan Bosowasi yang terkait dengan pasar-pasar tradisional, pengembangan wilayah di Daerah melalui pasar-pasar tradisional, dan penguatan pasar-pasar tradisional dengan spesifikasi pembangunan berkelanjutan di Daerah, dan (2) referensi lain secara umum yang terkait dengan pasar-pasar tradisional, pengembangan wilayah di Daerah melalui pasar-pasar tradisional, dan penguatan pasar-pasar tradisional dengan spesifikasi pembangunan berkelanjutan di Daerah.

### b. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data tersebut di atas, yaitu: Observasi, wawancara, FGD (Focus Group Discussion), dan dokumentasi. Uraianannya dapat disajikan berikut ini, yaitu:

#### 1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati obyek yang diteliti, yang didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis (Nasution, 2002). Metode ini digunakan untuk menghimpun berbagai macam keterangan (data) yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi.

#### 2) Wawancara

Wawancara adalah metode dalam bentuk tanya jawab untuk memperoleh suatu fakta atau data yang terkait dengan masalah yang diteliti dengan cara melakukan komunikasi langsung (tanya jawab

secara lisan) baik secara temu wicara atau menggunakan teknologi komunikasi jika saling berjauhan tempatnya (Supardi, 2005). Dalam penelitian yang dilakukan penulis, metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi penting tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi.

### 3) FGD (Focus Discussion Group)

FGD merupakan suatu metode pengumpulan data mengenai suatu masalah tertentu yang sangat spesifik (Irwanto, 2007). Dalam penelitian yang dilakukan penulis, metode tersebut digunakan untuk mendapatkan informasi penting tentang penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dengan menelusuri berbagai jenis kepustakaan untuk memperoleh berbagai teori, konsep, dalil-dalil, variabel, hubungan variabel, hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan materi kajian serta data-data sekunder sebagai langkah awal kegiatan penelitian (Nasution, 2002). Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data secara tertulis yang terkait dengan karakteristik pasar-pasar tradisional, kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah di Daerah, dan penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Daerah secara umum, dan secara khusus di Kawasan Bosowasi.

## 6. Instrumen Penelitian

Seperti yang diuraikan di atas bahwa ada empat metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, yaitu: Observasi, wawancara, FGD dan dokumentasi. Observasi, FGD dan dokumentasi tidak dibuatkan instrumen karena datanya direduksi secara langsung dengan menuangkannya dalam bentuk tema-tema sesuai dengan obyeknya masing-masing. Dengan demikian, hanya satu metode yang

digunakan dalam mengumpulkan data, yang dibutuhan instrumen, yaitu wawancara agar supaya wawancara yang dilakukan lebih terarah sehingga informasi yang diperoleh tidak melebar ke mana-mana, tetapi terfokus pada pertanyaan-pertanyaan wawancara yang sudah disusun sebelumnya.

Instrumen penelitian adalah sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dalam rangka untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Sarana tersebut disesuaikan dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2009). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka langkah-langkah yang ditempuh dalam membuat instrumen wawancara, yaitu: (1) identifikasi komponen, (2) identifikasi indikator, (3) menentukan sumber data, (4) menentukan metode pengumpulan data, dan (5) menentukan instrumen pengumpulan data.

Langkah-langkah tersebut dituangkan dalam bentuk kisi-kisi instrumen wawancara, seperti yang disajikan pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1:  
Kisi-kisi Instrumen Wawancara

Aspek	Komponen	Indikator	Sumber Data	Metode	Instrumen
Pengembangan Wilayah Bosowasi	Fisik Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tata guna lahan</li> <li>- Sarana dan prasarana</li> <li>- Hubungan antar daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Sumber Daya Mineral Kab. Sinjai</li> </ul>	- Wawancara	- Pedoman Wawancara
	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertumbuhan</li> <li>- Pemerataan</li> <li>- Produksi dan konsumsi</li> <li>- Pendapatan daerah</li> <li>- Pendapatan masyarakat</li> <li>- Kesempatan kerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendamping Desa Kab. Sinjai</li> <li>- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kab. Bone</li> <li>- BMT As'adiyah Sengkang Kab. Wajo</li> </ul>	- Wawancara	- Pedoman Wawancara
	Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengentasan kemiskinan</li> <li>- Pemberdayaan masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas Perdagangan</li> </ul>	- Wawancara	- Pedoman Wawancara

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partisipasi masyarakat</li> <li>- Pembinaan kelembagaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kab. Wajo</li> <li>- Dinas PPK dan UKM Kab. Soppeng</li> <li>- Dinas Pemberdayaa n Masyarakat dan Desa Kab. Soppeng</li> </ul>		
	<b>Lingkungan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelolaan lingkungan</li> <li>- Pelestarian lingkungan</li> <li>- Pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas Lingkungan Hidup Kab. Bone</li> </ul>	- Wawancara	- Pedoman Wawancara

Dari tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa aspek pengembangan wilayah Bosowasi, yakni kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, dituangkan ke dalam empat komponen, yaitu: Fisik pasar (3 indikator), ekonomi (6 indikator), sosial (4 indikator), dan lingkungan (3 indikator). Setelah komponen-komponennya beserta indikator-indikatornya diidentifikasi, maka sumber datanya sudah dapat ditentukan, yaitu: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Sumber Daya Mineral Kab. Sinjai, Pendamping Desa Kab. Sinjai, Dinas Lingkungan Hidup Kab. Bone, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kab. Bone, Manajer BMT As'adiyah Sengkang Kab. Wajo, Dinas Perdagangan Kab. Wajo, Dinas PPK dan UKM Kab. Soppeng, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab. Soppeng.

Setelah ditentukan sumber datanya, maka metode pengumpulan datanya sudah dapat ditentukan pula, dan jika metode pengumpulan datanya sudah jelas, maka instrumen penelitiannya sudah dapat ditentukan pula. Instrumen penelitian yang digunakan hanya satu yaitu pedoman wawancara. Pedoman wawancara yang harus dibuat sebagaimana yang diuraikan pada tabel 1.1 di atas terdiri dari dua, yaitu: (1) Pedoman wawancara untuk Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Sumber Daya Mineral Kab. Sinjai, Pendamping Desa Kab. Sinjai, Dinas Perdagangan dan Perindustrian

Kab. Bone, Manajer BMT As'adiyah Sengkang Kab. Wajo, Dinas Perdagangan Kab. Wajo, Dinas PPK dan UKM Kab. Soppeng, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kab. Soppeng. Struktur pedoman wawancaranya terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: Pertanyaan pembuka (6 pertanyaan), pertanyaan inti (16 pertanyaan), dan pertanyaan penutup (4 pertanyaan), (2) Pedoman wawancara untuk Dinas Lingkungan Hidup Kab. Bone. Adapun struktur pedoman wawancaranya terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: Pertanyaan pembuka (3 pertanyaan), pertanyaan inti (3 pertanyaan), dan pertanyaan penutup (4 pertanyaan).

## **7. Pengolahan dan Analisis Data**

### **a. Pengolahan Data**

Pengolahan data adalah mengubah data mentah menjadi data yang lebih bermakna. Sedangkan analisis data merupakan kelanjutan dari pengolahan data (Mungim, 2008). Membahas hasil analisis data adalah berfikir tentang kaitan antar data dengan latar belakang yang menyebabkan adanya persamaan atau perbedaan tersebut sehingga mendekatkan data yang diperoleh dengan kesimpulan penelitian. Langkah-langkah pengolahan data yang dilakukan, yaitu: Klasifikasi data, penyajian data, dan editing data. Urainnya dapat disajikan berikut ini:

#### **1) Klasifikasi Data**

Data utama dikumpulkan dalam bentuk observasi, wawancara, dan FGD. Setelah data-data tersebut terkumpul lalu dilakukan klasifikasi data berdasarkan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data-data tersebut. Data-data dari hasil observasi tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi diklasifikasikan ke dalam 22 tema. Data-data dari hasil wawancara tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi diklasifikasikan ke dalam 4 tema dan 16 sub-tema. Data-data dari hasil FGD tentang penguatan pasar tradisional untuk

pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi diklasifikasikan ke dalam 19 tema.

## 2) Penyajian Data

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan FGD disajikan dalam bentuk tulisan dengan kutipan tidak langsung dan dituangkan secara tematik agar mudah dipahami bagi siapa saja yang membacanya. Tujuan penyajian data dalam bentuk tulisan yaitu untuk memberikan informasi tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi, dan penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi.

## 3) Editing Data

Editing data dilakukan dengan membaca kembali dan memperbaiki tulisan semua data-data yang telah dikumpulkan. Jika ada data yang salah atau ada data yang masih meragukan, penulis memperbaiki atau menggantinya dengan data yang lebih sesuai. Hal-hal yang diperhatikan dalam mengedit data, yaitu: kelengkapan dan kesempurnaan data, kejelasan penulisan data, kemudahan membaca dan memahami data, kekonsistenan data, keseragaman data, kompetensi informan.

## b. Analisis Data

Setelah dilakukan pengelohan data, selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan untuk merubah data menjadi informasi yang dapat dipergunakan untuk mengambil kesimpulan mengenai permasalahan yang diangkat dalam suatu penelitian (Mungim, 2008). Defenisi tersebut dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan langkah-langkah dalam menganalisis data penelitian yang dilakukan penulis. Karena dalam menganalisis data menggunakan pendekatan sosial-kemasyarakatan dengan melihat dari tiga aspek, yaitu: ekonomi, sosial (termasuk keagamaan) dan lingkungan, maka digunakan beberapa teori yang relevan untuk

menganalisisnya, yaitu: teori struktur sosial, konstruksi sosial, perubahan sosial, dan teori *Planned Behavior* dengan menempuh langkah-langkah seperti di bawah ini, yaitu:

- 1) Melakukan klasifikasi data secara tematik.
- 2) Menyajikan data-data tersebut dalam bentuk tulisan dengan kutipan tidak langsung.
- 3) Menyajikan asumsi penelitian yang diangkat untuk dijabarkan pembuktiannya.
- 4) Menjabarkan asumsi penelitian tersebut dengan menggunakan teori struktur sosial, konstruksi sosial, perubahan sosial, dan teori *Planned Behavior*.
- 5) Merumuskan model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi dari hasil penjabaran tersebut.
- 6) Memastikan kesesuaian model penguatan pasar tradisional tersebut dengan kondisi ekonomi, sosial (termasuk keagamaan) dan lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan di Kawasan Bosowasi dalam bentuk persamaan matematika dan statistik.
- 7) Terakhir, melakukan penarikan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan ini.

## **E. Organisasi Buku**

Agar buku ini dapat dipahami secara logis dan diskursif, serta dapat memberikan hasil yang komprehensif secara maksimal, maka desain kajiannya secara makro dirancang menjadi enam bab, yaitu sebagai berikut: Bab pendahuluan menguraikan sumber motivasi, signifikansi penulisan buku, kontribusi penulisan buku, metode penulisan buku dan organisasi buku.

Untuk memahami secara konseptual dan praktis tentang pasar riil, maka pada bab dua dibahas tentang pasar riil secara detail.



Pembahasan mengenai pasar riil tersebut meliputi: Konsep pasar yang terdiri dari pengertian pasar, fungsi pasar, mekanisme pasar, dan struktur pasar, dan praktik pasar riil yang terdiri dari pasar tradisional, pasar modern dan pasar online.

Dalam Islam, pengelolaan pasar direkomendasikan supaya disamakan dengan pengelolaan masjid dan untuk membahas hal ini, maka pada bab tiga dibahas tentang relasi Islam dengan pasar. Pembahasannya meliputi: Ayat al-Qur'an dan Hadits tentang pasar, pasar pada masa Rasulullah saw, prinsip-prinsip pengelolaan pasar dalam Islam, pandangan ulama tentang pasar.

Untuk membuktikan asumsi yang diangkat pada bab satu, dibutuhkan data empiris, maka pada bab empat dibahas bukti empiris tentang data yang dibutuhkan untuk pembuktian asumsi tersebut. Pembahasan mengenai bukti empiris tersebut meliputi: Lokasi penjarangan data, pasar tradisional yang dijadikan sampel, karakteristik pasar tradisional, kontribusi pasar tradisional, dan penguatan pasar tradisional.

Lalu, pada bab lima diuraikan secara lengkap inti kajian buku ini, yaitu model penguatan pasar tradisional, yang meliputi: Kajian konseptual yang terdiri dari studi terdahulu, landasan teori, kajian faktual yang terdiri dari modernisasi dan perkembangan teknologi, perdagangan demokratis, inovasi, kemitraan dan kebijakan, dan konstruksi model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan.

Sebagai bab terakhir, bab enam merupakan bab penutup yang mengakhiri keseluruhan rangkaian dari buku ini. Bab ini memberikan kesimpulan yang merupakan pernyataan dari hasil kajian yang dilakukan dan dilengkapi dengan implikasi kajian dan saran-saran yang mudah-mudahan menjadi signifikan bagi semua pihak. Sebagai tambahan, juga diberikan referensi dan biodata singkat tentang penulis.

Ringkasan organisasi buku ini, dapat disajikan dalam bentuk tabel seperti pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2:  
Ringkasan Organisasi Buku

<b>BAB</b>	<b>TOPIK KAJIAN</b>
BAB 1	Pendahuluan
BAB 2	Pasar Riil
BAB 3	Relasi Islam dengan Pasar
BAB 4	Bukti Empiris
BAB 5	Model Penguatan
BAB 6	Penutup
<i>Tambahan</i>	<i>Daftar Pustaka, Tentang Penulis, dan Sinopsis</i>

# BAB II

## PASAR RIIL

### GARIS BESAR ISI BAB

- A. **Konsep Pasar**, 24
  - 1. Pengertian Pasar, 24
  - 2. Fungsi Pasar, 25
  - 3. Mekanisme Pasar, 26
  - 4. Struktur Pasar, 28
- B. **Praktik Pasar Riil**, 31
  - 1. Pasar Tradisional, 31
  - 2. Pasar Modern, 32
  - 3. Pasar Online, 33

## **A. Konsep Pasar**

### **1. Pengertian Pasar**

Pasar dapat diartikan sebagai sebuah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Pasar juga sering dikaitkan dengan tempat transaksi tradisional dengan cara lama. Untuk memahami pengertian pasar lebih mendalam, dapat dikemukakan pendapat beberapa ahli. Antara lain dikemukakan oleh Stanton. Stanton (1993) mengatakan bahwa pasar adalah kumpulan dari masyarakat yang bertujuan untuk mendapatkan rasa puas. Kepuasan itu berasal dari penggunaan uang untuk ditukar dengan barang yang mereka inginkan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Simamora (2006). Menurutnya, pasar adalah kelompok masyarakat dengan kebutuhan dan keinginannya untuk memiliki atau membeli barang tertentu. Bukan hanya itu, mereka juga punya kemampuan beli terhadap produk tersebut. Kesempatan tukar-menukar barang dengan alat pembayaran pun ada di dalam pasar.

Sedangkan Kotler dan Amstrong (2016) mengatakan bahwa pasar adalah pertemuan antara para pembeli yang potensial dan juga penjual yang menawarkan produk atau jasa. Hal senada juga dikemukakan oleh Handri (2006). Ia mengatakan bahwa pasar merupakan ruang bagi para penjual dan pembeli untuk bertemu. Di sana, ada permintaan dan penawaran antara penjual dan pembeli dan kemudian juga terjadi transaksi jual dan beli. Hal tersebut dikuatkan oleh Barata (2003). Ia mengatakan bahwa pasar adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli. Lebih lanjut dikatakannya bahwa pertemuan tersebut tak harus terjadi secara langsung. Bisa saja melalui perantara atau bisa saja melalui media tertentu. Kemudian, usai pertemuan tersebut, ada pertukaran.

## **2. Fungsi Pasar**

Berdasarkan pengertian pasar yang dikemukakan oleh beberapa ahli seperti yang dikemukakan di atas, maka dapat diturunkan beberapa fungsi pasar. Fungsi-fungsi pasar tersebut, antara lain:

### **a. Tempat Pemenuhan Kebutuhan**

Tidak semua hal yang dibutuhkan seseorang dimilikinya secara pasrti. Karena itu, pasar sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Pasar bisa menjadi tempat untuk menemukan berbagai kebutuhan yang sulit dicari sebelumnya. Namun, untuk bisa menemukan hal yang dibutuhkan, kita wajib memiliki alat tukar yang sesuai. Alat tukar bisa berupa uang tunai atau saldo dalam kartu kredit atau debit.

### **b. Tempat Mata Pencaharian**

Pasar bisa menjadi tempat bagi masyarakat untuk mencari uang sebagai sumber mata pencaharian. Pasar adalah tempat yang menyediakan ruang bagi banyak produsen untuk menukar apa yang mereka miliki dengan uang atau alat pembayaran lain. Para penjual mendapatkan keuntungan dari margin yang sudah mereka tetapkan. Dengan keuntungan itu, mereka bisa mengembalikan modal, atau mengembangkan bisnisnya.

### **c. Media Peningkatan Perekonomian**

Pasar dapat menjadi sebuah media yang bisa meningkatkan perekonomian suatu masyarakat. Dengan adanya pasar, maka tingkat kesejahteraan masyarakat pun meningkat. Bahkan, pasar bisa menjadi media bagi sebuah negara untuk meningkatkan devisa melalui proses ekspor.

### **d. Menjaga Stabilitas Masyarakat**

Pasar juga dapat membuat kondisi sosio-masyarakat dan ekonomi menjadi stabil. Sebab, seseorang dapat mencari kebutuhannya sendiri tanpa harus melakukan sesuatu yang ilegal atau melanggar hukum. Pasar juga bisa menjadi tempat bagi penjual

mendapatkan uang, sehingga hal itu dapat meningkatkan perekonomiannya dan membuat kondisi masyarakat jadi stabil.

### **3. Mekanisme Pasar**

Mekanisme pasar menurut Boediono (2012) adalah suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari kekuatan permintaan dan penawaran. Dari proses tersebut kemudian terbentuklah suatu harga atas suatu barang/jasa di pasar.

Lebih lanjut Boediono (2012) menjelaskan pengertian permintaan dan penawaran. Permintaan menurutnya, adalah keinginan dari konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Permintaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu: (1) Harga dari barang itu sendiri, (2) Harga barang yang terkait, (3) Selera ataupun kebiasaan, (4) Tingkat pendapatan perkapita, dan (5) Jumlah penduduk di suatu daerah tertentu.

Sedangkan penawaran menurutnya, adalah keinginan dari produsen untuk menawarkan atau menjual sejumlah barang pada berbagai macam tingkat harga selama satu periode tertentu. Sama halnya dengan permintaan, penawaran juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu: (1) Harga dari barang itu sendiri, (2) Harga barang yang terkait, (3) Harga faktor produksi, (4) Biaya dari produksi barang, (5) Teknologi untuk memproduksi barang, (6) Jumlah penjual, (7) Tujuan dari perusahaan, dan (8) Kebijakan dari pemerintah.

Dari penjelasan Boediono tersebut dapat dipahami bahwa ternyata mekanisme pasar itu merupakan suatu sistem pengalokasian berbagai faktor produksi dan pengembangan perekonomian. Akan tetapi dalam keadaan tertentu dapat menimbulkan dampak buruk sehingga dibutuhkan campur tangan dari pemerintah untuk memperbaikinya.

Oleh karena mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor produksi dan juga dapat mendorong perkembangan perekonomian, disamping memiliki dampak baik, ia juga memiliki dampak buruk. Dampak baik tersebut, diantaranya: (1) Dapat memberikan informasi yang sangat tepat, (2) Dapat memberi perangsang untuk mengembangkan kegiatan, (3) Dapat memberi perangsang untuk mendapatkan keahlian yang lebih modern, (4) Dapat menggalakan penggunaan barang dan juga faktor produksi secara efisien, dan (5) Dapat memberikan kebebasan yang cukup tinggi pada masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

Sedangkan dampak buruk yang dimilikinya, antara lain yaitu: (1) Kebebasan yang tidak memiliki batas, dapat menindas golongan yang lemah, (2) Kegiatan dari ekonomi sangat tidak stabil keadaannya, mekanisme pasar yang bebas dapat menyebabkan perekonomian akan mengalami kegiatan naik-turun yang tak teratur, (3) Sistem pasar dapat menyebabkan monopoli, tidak selalu mekanisme pasar itu merupakan sistem pasar persaingan sempurna, yang dimana harga dan juga jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan pembeli dan penawaran penjual yang banyak jumlahnya, (4) Mekanisme pasar tidak bisa menyediakan beberapa jenis barang secara efisien, dan (5) Kegiatan dari pembeli atau konsumen dan produsen dapat menimbulkan "eksternalitas" yang merugikan. Eksternalitas yang dimaksud di sini, yaitu akibat sampingan (buruk atau baik) yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan mengonsumsi ataupun memproduksi.

Aspek lain terkait mekanisme pasar adalah kemampuannya dalam memenuhi kesejahteraan manusia. Perlu digarisbawahi bahwa kualitas kehidupan manusia itu tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk memenuhi kesejahteraan material saja tapi juga untuk memenuhi kesejahteraan non material.

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan tidak boleh ada jarak diantara

mereka, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar menentukan harga dan cara berproduksi, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar tersebut. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil.

Dalam Islam, konsep ekonomi dan perdagangan harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Fakta menunjukkan bahwa Rasulullah saw telah banyak memberikan contoh dalam melakukan perdagangan secara adil dan jujur. Selain itu juga, Rasulullah saw telah menetapkan prinsip-prinsip yang mendasar tentang bagaimana pelaksanaan perdagangan yang adil dan jujur itu. Prinsip dasar yang diletakkan Rasulullah saw adalah berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan. Dalam suatu transaksi perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam bentuk menentukan harga barang.

#### **4. Struktur Pasar**

Struktur pasar sebagaimana yang dijelaskan oleh Karim (2011), adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-cirinya, seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam suatu industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri. Karim (2011) mengklasifikasikan struktur pasar itu kedalam dua bagian, yaitu: Pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna meliputi pasar monopoli, oligopoli, dan monopolistik.

##### **a. Pasar Persaingan Sempurna**

Islam menegaskan sebagaimana yang diungkapkan Karim (2011) bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan bebas. Namun bukan berarti kebebasan itu mutlak, tetapi kebebasan itu



harus sesuai dengan aturan syari'ah. Pasar persaingan sempurna adalah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk yang dijual bersifat homogen atau sama dan tidak dapat dibedakan. Suatu harga terbentuk karena mekanisme pasar dan pengaruh hasil dari suatu penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar tidak dapat mempengaruhi harga dan hanya berperan sebagai penerima harga saja.

Karena itu, pasar persaingan sempurna dipandang sebagai struktur pasar yang paling ideal. Sistem pasar ini dianggap bisa menjamin adanya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi. Akan tetapi, pada prakteknya tidak mudah untuk mewujudkan sebuah pasar yang mempunyai struktur persaingan sempurna.

#### b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna sebagaimana yang dikemukakan oleh Karim (2011), adalah kebalikan dari pasar persaingan sempurna. Jumlah penjual dan pembeli relatif. Terkadang ada pasar yang jumlah penjualnya sedikit, bahkan adapula jumlah penjualnya hanya satu. Demikian pula sebaliknya, ada yang pembelinya sedikit bahkan adapula yang pembelinya hanya satu. Pasar persaingan tidak sempurna ini, antara lain meliputi:

##### 1) Pasar Monopoli

Pasar monopoli menurut Karim (2011), adalah suatu bentuk pasar yang hanya memiliki satu penjual atau produsen yang menguasai pasar. Artinya, hanya satu penjual tersebut sebagai penentu harga. Ia dapat menaikkan atau mengurangi harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi. Semakin sedikit barang yang diproduksi, maka semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Dalam Islam keberadaan satu penjual di pasar atau yang tidak ada pesaingnya, tidaklah dilarang. Akan tetapi, ia tidak boleh melakukan ihtikar, yakni mengambil suatu keuntungan di atas keuntungan yang normal dengan cara menjual sedikit jumlah suatu barang agar mendapatkan harga yang tinggi.

## 2) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli menurut Karim (2011), adalah pasar yang hanya menawarkan satu jenis barang yang dikuasai oleh beberapa penjual atau produsen. Jumlah penjual atau produsen, umumnya antara dua sampai sepuluh.

Dalam pasar oligopoli, setiap penjual atau produsen memosisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar. Keuntungan yang didapatkan tergantung dari tindak-tanduk pesaing mereka. Sehingga semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, perubahan harga, dan sebagainya dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaing mereka.

Praktik oligopoli biasanya dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menahan penjual atau produsen lain untuk masuk ke dalam pasarnya. Mereka melakukan oligopoli untuk menikmati keuntungan dengan menetapkan harga jual terbatas, sehingga menyebabkan persaingan harga diantara penjual atau produsen yang melakukan praktik oligopoli menjadi tidak ada. Struktur pasar oligopoli umumnya terbentuk pada industri-industri yang memiliki modal yang tinggi, seperti, industri semen, industri mobil, dan industri kertas.

## 3) Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik menurut Karim (2011), adalah salah satu bentuk pasar memiliki banyak penjual atau produsen yang menghasilkan barang yang sama tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Penjual atau produsen dalam pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki ciri tersendiri yang membedakannya dengan produk lainnya.

Pada pasar monopolistik, penjual atau produsen memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga walaupun pengaruhnya tidak sebesar penjual atau produsen dari pasar monopoli atau oligopoli. Kemampuan ini berasal dari sifat barang yang dihasilkan. Karena perbedaan dan ciri khas dari suatu barang, konsumen tidak akan mudah berpindah ke merek lain, dan tetap memilih merek

tersebut walau produsen menaikkan harga. Misalnya, pasar sepeda motor di Indonesia. Produk sepeda motor memang cenderung bersifat homogen, tetapi masing-masing memiliki ciri khusus sendiri. Sebut saja sepeda motor Honda, ciri khususnya adalah irit bahan bakar. Sedangkan Yamaha memiliki keunggulan pada mesin, yakni stabil dan awet. Oleh karena itu, tiap-tiap merek memiliki pelanggan masing-masing. Akan tetapi, penjual atau produsen dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk dalam rangka untuk menjaga citra usaha dan perusahaannya.

## **B. Praktik Pasar Riil**

### **1. Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat pertemuan antara penjual (pedagang) dan pembeli (masyarakat) dan didalamnya terjadi interaksi sosial yang alami, penjual ingin menukarkan barang-barangnya dengan sejumlah uang, sebaliknya pembeli ingin menukarkan uang dengan memperoleh barang atau jasa. Namun, dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengembangan dan pemberdayaan pasar tradisional kini dibangun dan dikelola oleh Pemerintah agar para pedagang dan masyarakat lebih leluasa dan tertib. Pemerintah Daerah, Swasta, dan Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Perpres No.112 Tahun 2007).

Pasar tradisional merupakan bentuk usaha ritel yang melibatkan banyak pedagang dengan skala kecil. Bangunan di pasar tradisional relatif sederhana, terdiri dari kios-kios, los, dan juga tenda-tenda untuk berjualan dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai,

kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik. Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang yang diperdagangkan relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan dan cara pembelinya dilakukan dengan tawar-menawar. Keadaan pasar tradisional kurang berkembang dan cenderung tetap tanpa banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kesan kotor, kumuh, becek masih melekat pada pasar tradisional, harga tidak pasti, barang tidak lengkap menyebabkan pasar tradisional kehilangan pembelinya. Namun pasar tradisional tetap memiliki keunggulan, yaitu dari segi interaksi dan komunikasi sosial di mana terjadi keakraban antara penjual dengan pembeli, penjual mengenal konsumen dengan baik (Fajriawati, 2017).

Mengacu pada penjelasan di atas, ciri-ciri pasar tradisional dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Produk utama yang dijual di pasar tradisional adalah kebutuhan rumah tangga, misalnya bahan-bahan mentah untuk makanan,
- b. Pemerintah setempat bertugas menjaga keamanan dan ketertiban namun tidak turut campur tangan langsung dalam operasional pasar,
- c. Transaksi jual-beli di pasar tradisional melalui proses tawar-menawar harga barang antara pembeli dan penjual,
- d. Harga barang-barang yang dijual di pasar tradisional biasanya relatif murah dan sangat terjangkau,
- e. Area pasar tradisional umumnya berada di tempat yang terbuka.
- f. Di pasar tradisional tidak terdapat monopoli oleh satu produsen tertentu,
- g. Harga barang, lokasi, dan cara pelayanan penjual merupakan faktor penentu besarnya penjualan.

## **2. Pasar Modern**

Pasar modern mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1970-an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan

tetapi, sejak tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sektor usaha ritel. Pasar modern mulai berkembang ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan. Pasar modern merupakan sektor usaha ritel, sehingga pasar modern dapat disebut juga sebagai ritel modern atau toko modern. Dalam PERMENDAGRI No.53 tahun 2008, toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Menurut Pariaman Sinaga (2008), pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain berbentuk mall, supermarket, departement store, shopping center, waralaba, toko mini swalayan, toko serba ada, dan lain sebagainya. Artinya, pasar modern itu merupakan pasar yang dikelola secara modern, penjualan barang-barangnya dilakukan dengan harga pas dan pelayanan sendiri. Pasar modern memiliki tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang memadai.

### **3. Pasar Online**

Pasar online menurut Hidayat (2008), adalah suatu sarana untuk menawarkan dan menjual barang ataupun jasa melalui dunia maya atau internet. Pengunjung internet bisa melihat barang yang ditawarkan berupa foto maupun video dan bisa langsung memesan barang dengan online. Pembayaran juga dilakukan secara online atau ditransfer melalui bank. Hal seperti ini dikategorikan sebagai bisnis online.

Proses pembelian barang atau jasa secara online oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan mengubah paradigma

proses membeli barang atau jasa yang dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall. Artinya, tak perlu harus bertemu dengan penjual atau pembeli secara langsung, tak perlu menemukan wujud pasar secara fisik, namun hanya dengan menghadap layar monitor computer atau smart phone, dengan koneksi internet tersambung, kita dapat melakukan transaksi jual beli secara cepat dan nyaman.

Lebih lanjut Hidayat (2008) menjelaskan bahwa Keuntungan pasar online, antara lain: (1) Pengunjung yang datang kebanyakan yang mencari produk kita. Kita tidak perlu lagi repot-repot memasang iklan pada media offline, (2) Kita tidak perlu menunggu barang dagangan layaknya di pasar offline, (3) Kita hanya menunggu order datang dari orang yang berminat kepada barang yang kita tawarkan, (4) Sudah banyak orang yang menggunakan internet sebagai sarana jual beli, dengan kata lain prospek kedepan lebih cerah seiring kemajuan teknologi, (5) Pasar Online tidak perlu tempat dan juga tidak terikat waktu, (6) Pangsa pasar hingga manca negara, dan (7) Biaya operasional dan iklan relatif sedikit dibanding pasar offline.

# **BAB III**

## **RELASI ISLAM *DENGAN PASAR***

### **GARIS BESAR ISI BAB**

- A. Ayat al-Qur'an dan Hadits tentang Pasar, 36
- B. Pasar pada Masa Rasulullah saw, 40
- C. Prinsip-prinsip Pengelolaan Pasar dalam Islam, 44
- D. Pandangan Ulama tentang Pasar, 46

## A. Ayat al-Qur'an dan Hadits tentang Pasar

Ayat-ayat al-Qur'an yang membicarakan tentang pasar (fisik dan transaksi), antara lain disebutkan dalam:

1. Q.S. Al-Furqaan (25): 7, Allah swt berfirman:

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أَنْزَلَ  
إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا.

Dan mereka berkata, Mengapa Rasul ini memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? Mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang malaikat, agar malaikat itu memberikan peringatan bersama-sama dengan dia?

2. Q.S. Al-Furqaan (25): 20, Allah swt berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي  
الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا.

Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelumnya, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Dan Tuhanmu Maha Melihat.

3. Q.S. An-Nisa (4): 29, Allah swt berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

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



4. Q.S. Al-An'am (6): 152:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَّا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ  
فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ  
تَذَكَّرُونَ.

Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.

Sedangkan Hadits-hadits yang membicarakan tentang pasar (fisik dan transaksi), antara lain, yaitu:

1. Hadits yang diriwayatkan oleh At-Tirmizi, yaitu:

مَنْ دَخَلَ السُّوقَ فَقَالَ : لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، لَهُ الْمُلْكُ  
وَلَهُ الْحَمْدُ، يُحْيِي وَيُمِيتُ، وَهُوَ حَيٌّ لَا يَمُوتُ، بِيَدِهِ الْخَيْرُ، وَهُوَ  
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ، كَتَبَ لَهُ أَلْفَ أَلْفِ حَسَنَةٍ، وَمَحَا عَنْهُ أَلْفَ أَلْفِ  
سَيِّئَةٍ، وَرَفَعَ لَهُ أَلْفَ أَلْفِ دَرَجَةٍ - فِي رِوَايَةٍ: وَبَنَىٰ لَهُ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ.

Barangsiapa yang masuk pasar kemudian membaca: “Laa ilaha illallah wahdahu laa syarika lah, lahul mulku wa lahul hamdu, yuhyii wa yumiit, wa huwa hayyun laa ya yamuut, bi yadihil khoir, wa huwa ‘ala kulli sya-in qodiiir” \*Tiada sembahsan yang benar kecuali Allah semata dan tiada sekutu bagi-Nya, milik-Nyalah segala kerajaan/kekuasaan dan bagi-Nya segala pujian, Dialah yang menghidupkan dan mematikan, Dialah yang maha hidup dan tidak pernah mati, ditangan-Nyalah segala kebaikan, dan Dia maha mampu atas segala sesuatu], maka allah akan menuliskan baginya satu juta kebaikan, menghapuskan darinya satu juta kesalahan, dan meninggikannya satu juta derajat – dalam riwayat lain: dan membangunkan untuknya sebuah rumah di surga.

2. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, yaitu:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: أَحَبُّ الْبِلَادِ إِلَى اللَّهِ مَسَاجِدُهَا، وَأَبْغَضُ الْبِلَادِ إِلَى اللَّهِ أَسْوَاقُهَا .

Tempat yang paling dicintai Allah adalah masjid-masjid dan tempat yang paling dibenci Allah adalah pasar-pasar.

3. Hadits (Atsar) yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, Salman al-Farisi berkata:

لَا تَكُونَنَّ إِنْ اسْتَطَعْتَ أَوَّلَ مَنْ يَدْخُلُ السُّوقَ، وَلَا آخِرَ مَنْ يَخْرُجُ مِنْهَا، فَإِنَّهَا مَعْرَكَةُ الشَّيْطَانِ، وَبِهَا يَنْصَبُ رَأْيَتَهُ .

Jika engkau bisa, jangan sekali-kali menjadi orang yang pertama kali masuk pasar dan paling akhir keluar darinya. Karena di situlah medan pertempuran dengan setan, dan di sana setan menancapkan benderanya.

4. Hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, at-Tirmidzi, Ibnu Majah, dan asy-Syaukan, yaitu:

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَابِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةَ وَحَمِيدٌ عَنْ أَنَسِ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!”. Beliau menjawab, Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan, pencurah serta pemberi rizki. Aku menharapkan dapat menemui Tuhanku di mana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam hal darah dan harta.

5. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, yaitu:

عن عبد الله بن عمر رضى الله عنهما ان رسول الله صلى الله عليه و سلم نهى عن بيع جبل الحبله وكان يبعها يتبايعه اهل الجاهلية كان الرجل يبيع الجوزور الى ان تنتج الناقة ثم تنتج التي في بطنها.

Dari Abdullah bin Umar r.a. bahwasannya Rasulullah saw melarang dari menjual apa (janin) yang masih dalam perut unta, hal itu merupakan jual beli yang berjalan dimasa jahiliyah, dulu, seseorang menjual unta sampai dilahirkannya anak unta, kemudian (menjual) apa yang didalam perutnya.

6. Hadits yang diriwayatkan oleh Ibn Majah, yaitu:

بَيْعُ الْمُحَفَّلَاتِ خِلَابَةٌ وَلَا تَحِلُّ الْخِلَابَةُ لِمُسْلِمٍ.

Jual-beli muhaffalah adalah khilabah (penipuan) dan penipuan itu tidak halal bagi seorang muslim.

7. Hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, yaitu:

عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَحِلُّ بَيْعُ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ وَلَا رِبْحُ مَا لَمْ يُضْمَنْ.

Dari Amr bin Syu'aib dari ayahnya dari kakeknya ia berkata,"Rasulallah saw bersabda: "Tidak halal menjual sesuatu yang tidak engkau miliki, dan tidak boleh ambil keuntungan pada sesuatu yang tidak engkau miliki, dan tidak boleh ambil keuntungan pada sesuatu yang belum ada jaminan (kejelasan hukumanya).

8. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, yaitu:

إِذَا اشْتَرَيْتَ شَيْئًا فَلَا تَبِعْهُ حَتَّى تَقْبِضَهُ .

Apabila engkau membeli sesuatu, maka janganlah engkau menjualnya kembali sampai engkau menerima (barang tersebut).

9. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim, yaitu:

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ.

Nabi saw melarang jual beli dengan penawaran palsu.

10. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, yaitu:

لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ أُخِيهِ.

Janganlah seseorang di antara kalian menjual di atas jualan saudaranya.

11. Hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad bin Hanbal, Muslim, Abu Daud, dan at-Tirmizi, yaitu:

لَا تَشْتَرُ وَالسَّمَكِ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرْرٌ.

Janganlah kamu membeli ikan di dalam air, karena jual beli seperti ini adalah jual beli tipuan.

12. Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim, yaitu:

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الثَّمَارِ حَتَّى يَدُوَّ  
صَلَاحُهَا نَهَى الْبَائِعَ وَالْمُبْتَاعَ .

Nabi saw melarang menjual buah-buahan sampai (buah-buahan) tersebut nampak masaknyanya. Beliau melarang penjual maupun pembelinya.

## B. Pasar pada Masa Rasulullah saw

Salah satu yang diajarkan oleh Rasulullah saw setelah hijrah ke Madinah yang kemudian membuat perubahan besar dalam penguasaan ekonomi adalah konsep bahwa bekerja adalah ibadah. Melalui konsep inilah kaum Muhajirin yang berhijrah mengikuti Rasulullah saw tanpa membawa harta pun segera menjadi asset bagi umat dan bukannya liability, karena mereka dapat mengoptimalkan kemampuannya, baik dalam kegiatan produksi maupun kegiatan perdagangan.

Kallek (1995) menjelaskan secara historis bahwa setelah Rasulullah saw dan para pengikutnya hijrah, bumi-bumi yang semula gersang pun kemudian terolah menjadi kebun-kebun yang subur dan taman-taman yang indah. Karena konsep bekerja adalah ibadah pula, maka hal-hal positif yang terkait dengan peribadatan seperti

keadilan, kejujuran, kesetaraan, kehati-hatian, kebersahajaan, infaq dan sebagainya dapat termanifestasikan dalam kehidupan umat sehari-hari ketika mereka bekerja.

Awalnya tentu tidak mudah karena ketika kaum Muhajirin mulai aktif berdagang di Madinah misalnya, mereka berdagang di pasar yang sudah ada waktu itu yaitu pasar yang dikelola oleh Yahudi. Pengelolaan pasar oleh Yahudi yang di al-Qur'an digambarkan bahwa mereka menganggap halal untuk mengambil harta orang lain ini (orang-orang umi , QS 3:75), tentu saja bermasalah.

Oleh karena penguasaan pasar oleh kaum Yahudi tersebut, sehingga umat Islam semula tidak bisa sepenuhnya mengimplementasikan nilai-nilai Islam di pasar, maka kemudian Rasulullah saw pun memandang penting untuk segera mendirikan pasar bagi kaum muslimin di awal-awal terbentuknya masyarakat yang akan hidup dengan nilai-nilai Islam yang menyeluruh di Madinah.

Di suatu tempat yang berjarak hanya beberapa rumah arah barat laut dari Masjid Rasulullah saw yang telah didirikan terlebih dahulu, Rasulullah saw mendirikan pasar dengan sabdanya "Ini pasarmu, tidak boleh dipersempit (dengan mendirikan bangunan dan lain-lain di dalamnya) dan tidak boleh ada pajak di dalamnya." (HR. Ibn Majah).

Pasar di area terbuka tersebut menurut Kallek (1995) memiliki panjang sekitar 500 meter dan lebar sekitar 100 meter (luas sekitar 5 ha), jadi cukup luas untuk mengakomodasi kebutuhan penduduk kota yang kemudian berkembang pesat paskahijrah. Lokasinya juga dipilih sedemikian rupa sehingga penduduk yang datang dari berbagai wilayah, mudah mencapai pasar tersebut. Pasar Madinah inilah yang kemudian menjadi urat nadi perekonomian negara Islam yang pertama, yang berpusat di Madinah.

Lokasinya yang tidak jauh dari Masjid Rasulullah saw tetapi juga tidak terlalu dekat (selang beberapa rumah), dan juga memiliki nilai

strategis sendiri. Nilai-nilai yang terbawa dari ketaatan beribadah di masjid dapat mewarnai aktivitas perdagangan di pasar, namun hal-hal yang buruk dari pasar seperti keramaiannya tidak mempengaruhi aktivitas dan kekhusukan umat yang beribadah di masjid (Kallek, 1995).

Bahkan cara-cara pengelolaan pasar pun memiliki kemiripan dengan pengelolaan Masjid. Hal ini disampaikan oleh Umar Ibn Khattab yang menjadi muhtasib (pengawas pasar) setelah Rasulullah saw dengan perkataannya bahwa pasar itu menganut ketentuan masjid, barang siapa datang terlebih dahulu di satu tempat duduk, maka tempat itu untuknya sampai dia berdiri dari situ dan pulang ke rumahnya atau selesai jual belinya.

Nilai pesan yang terkandung di dalam perkataan Umar ini sejalan dengan hadits Rasulullah saw tersebut di atas yang intinya adalah akses ke pasar harus sama bagi seluruh umat, tidak boleh mengkapling-kapling pasar. Hal ini diimplemantasikan Umar dengan melarang orang membangun bangunan di pasar, menandai tempatnya, atau mempersempit jalan masuk ke pasar. Bahkan dengan tongkatnya Umar menyeru, enyahlah dari jalan kepada orang-orang yang menghalangi orang lain masuk ke pasar.

Lantas pelajaran apa yang bisa kita ambil dari sunah Rasulullah saw mendirikan pasar, yang kemudian juga terus ditegakkan oleh para Khalifah tersebut di atas? Yang jelas situasi pasar-pasar yang ada dewasa ini tidak jauh berbeda dengan kondisi pasar di Madinah yang dikelola Yahudi sebelum didirikannya pasar bagi kaum muslimin oleh Rasulullah saw tersebut di atas. Segala macam kecurangan ala Yahudi terjadi di pasar ini, dan yang paling menyolok adalah akses pasar yang tidak mudah dijangkau oleh mayoritas umat.

Terkait dengan penentuan harga barang-barang di pasar, Rasulullah saw tidak menganjurkan campur tangan apa pun dalam proses penentuan harga oleh negara atau individu. Di samping menolak untuk mengambil aksi langsung apa pun, beliau juga

melarang praktek-praktek bisnis yang dapat membawa kepada kekurangan pasar. Dengan demikian, Rasulullah saw menghapuskan pengaruh kekuatan ekonomi terhadap mekanisme penentuan harga.

Anas meriwayatkan sebuah hadits dari Rasulullah saw, ia mengatakan bahwa harga pernah mendadak naik pada masa Rasulullah saw lalu para sahabat mengatakan:

يَا رَسُولَ اللَّهِ، غَلَا السَّعْرُ، فَسَعِّرْ لَنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ، إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ، عَزَّ وَجَلَّ، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Wahai Rasulullah, tentukanlah harga (ta'sir) untuk kita. Beliau menjawab: Sesungguhnya Allah swt adalah Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah swt. tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kezaliman dalam darah dan harta.

Hadits di atas menunjukkan bahwa Rasulullah saw melarang adanya intervensi harga dari siapapun juga. Praktek-praktek dalam mengintervensi harga adalah perbuatan yang terlarang. Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Oleh karena itu, setiap bentuk praktik pasar yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang. Bentuk praktik pasar tersebut menurut Karim (2011), antara lain, yaitu:

1. Talaqqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.

4. Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
5. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
6. Transaksi Najasy dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
7. Ikhtikar dilarang, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
8. Ghaban faahisy (besar) dilarang yaitu menjual di atas harga pasar.

### **C. Prinsip-prinsip Pengelolaan Pasar dalam Islam**

Berdasarkan penjelasan pasar pada masa Rasulullah di atas ternyata pasar dalam Islam tidak dikelola dengan bebas nilai, melainkan syarat dengan nilai-nilai, yakni dikelola atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Ridha. Segala transaksi yang dilakukan dalam pasar haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak,
2. Persaingan Sehat. Pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak,
3. Kejujuran. Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam mengelola pasar, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan



kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas, dan

4. Keterbukaan dan Keadilan. Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan di pasar dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Dalam menguatkan prinsip-prinsip tersebut di atas, Khan (2009) menjelaskan tentang pengelolaan pasar dalam Islam. Menurutnya bahwa dalam mengelola pasar itu harus berdasarkan pada prinsip-prinsip berikut ini:

1. Memberikan kebebasan terhadap penjual dan pembeli,
2. Melarang praktek curang seperti penimbunan (ihtikar), menaikkan harga yang terlalu tinggi, bay'-hadhir li ba'd, bay' al-tallaqi al-rukhsan, menjual atau membeli komoditi yang tidak pasti, dan menjual sesuatu yang tidak dimiliki,
3. Dalam sistem barter, pertukaran dibolehkan jika komoditi yang sama ditukarkan dengan komoditi yang sama,
4. Melarang setiap jenis transaksi bisnis dalam bentuk harga yang dipungut pada waktu tertentu, karena sama dengan riba,
5. Setiap transaksi harus meliputi transfer fisik,
6. Setiap transaksi perdagangan dilakukan di tempat komoditi dan harga ditukarkan. Namun, diperbolehkan menanggihkan harga atau menanggihkan pemberian atau penyerahan barang komoditi,
7. Suatu pertukaran tidak dianggap sah jika seseorang melakukan pembayaran terhadap yang lain tanpa pertimbangan atau imbalan jasa,
8. Tidak membolehkan transaksi jual beli jika si penjual membuat kesalahan statement secara materiil sehingga pembeli percaya

dan bertindak memberikan kepada pembeli suatu pilihan untuk mencabut perjanjian atau kontrak. Termasuk dalam prinsip ini, suatu iklan atau informasi yang mengandung kesalahan tidak diperbolehkan,

9. Tidak membolehkan keuntungan yang disebabkan oleh kebutuhan pembeli. Apabila si penjual menukar dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar maka ia harus mengganti kerugian pembeli, karena mengambil untung yang berlebihan,
10. Memberikan hak khiyar berkaitan dengan harga, objek jual beli, waktu, dan tempat penyerahan, dan
11. Uang bukanlah barang dagangan tetapi hanya sebagai alat tukar. Riba dilarang karena menganggap uang sebagai komoditi.

#### **D. Pandangan Ulama tentang Pasar**

##### **1. Pandangan Abu Yusuf**

Ulama yang pertama kali membahas pasar secara empirik menurut Siddiqi (1985), adalah Abu Yusuf, yang hidup di awal abad kedua Hijriah (731-798). Dia telah membahas tentang hukum permintaan and penawaran dalam perekonomian. Pemahaman yang berkembang ketika itu mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan bila tersedia banyak barang, maka harga akan murah.

Dengan kata lain, pemahaman pada zaman Abu Yusuf tentang hubungan harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva permintaan. Abu Yusuf membantah pemahaman seperti ini, karena pada kenyataannya persediaan barang sedikit tidak selalu diikuti dengan kenaikan harga, dan sebaliknya persediaan barang melimpah belum tentu membuat harga akan murah. Abu Yusuf mengatakan, "Kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal, dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah.

Siddiqi (1985) menjelaskan bahwa dalam mempertahankan pendapat tersebut di atas, Abu Yusuf mengatakan bahwa ada beberapa variabel dan alasan lainnya yang bisa mempengaruhi, tetapi ia tidak menjelaskan secara detail, mungkin karena alasan-alasan penyingkatan. Mungkin variabel itu adalah pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar di suatu negara atau penimbunan dan penahanan barang. Dalam konteks ini Abu Yusuf mengemukakan bahwa tidak ada batasan tertentu tentang rendah dan mahal nya harga barang. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan disebabkan kelangkaan makanan. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah.

Dalam hal ini Siddiqi (1985) mengemukakan bahwa telaahan Abu Yusuf tentang pasar harus diterima sebagai pernyataan hasil pengamatannya saat itu, yakni keberadaan yang bersamaan antara melimpahnya barang dan tingginya harga serta kelangkaan barang dan harga murah. Dengan demikian meskipun Abu Yusuf tidak mengulas secara rinci tentang mekanisme pasar (yakni tentang variabel-variabel lain). Namun pernyataannya tidak menyangkal pengaruh permintaan dan penawaran dalam penentuan harga.

## **2. Pandangan Imam Al-Ghazali**

Bagi Al-Ghazali menurut Ghazanfar & Islahi (1990) bahwa pasar merupakan bagian dari keteraturan alami. Secara rinci ia juga menerangkan bagaimana evolusi terciptanya pasar. Dikatakannya bahwa dapat saja petani hidup di mana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup di mana lahan pertanian tidak ada. Namun secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat pula terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut atau sbaliknya. Keadaan ini menimbulkan masalah.

Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan hasil pertanian di pihak lain. Tempat inilah yang kemudian didatangi oleh pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar. Petani, tukang kayu, dan pandai besi yang tidak dapat langsung melakukan barter, juga terdorong pergi ke pasar ini. Bila di pasar juga tidak ditemukan orang yang mau melakukan barter, ia akan menjual pada pedagang dengan harga yang relatif murah untuk kemudian disimpan sebagai persediaan. Pedagang kemudian menjualnya dengan suatu tingkat keuntungan. Hal ini berlaku untuk setiap jenis barang (Ghazanfar & Islahi, 1990).

Ghazanfar & Islahi (1990) lebih lanjut mengatakan bahwa pada kesempatan lain Al-Ghazali juga secara eksplisit menjelaskan mengenai perdagangan regional bahwa praktek-praktek tersebut di atas terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota di mana tidak seluruh makanan dibutuhkan. Keadaan inilah yang pada gilirannya menimbulkan kebutuhan terhadap alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja mencari keuntungan. Para pedagang ini bekerja keras memenuhi kebutuhan orang lain dan mendapat keuntungan, dan keuntungan ini akhirnya dimakan oleh orang lain juga.

### **3. Pandangan Ibn Taimiyah**

Masyarakat pada masa Ibn Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Chapra (2001) mengatakan bahwa anggapan ini dibantah oleh Ibn Taimiyah. Dengan tegas ia mengatakan bahwa

harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni permintaan dan penawaran.

Lebih lanjut Chapra (2001) mengemukakan bahwa menarik untuk dicatat bahwa Ibn Taimiyah kelihatannya mendukung kebebasan untuk keluar-masuk pasar. Misalnya, Ia mengatakan bahwa memaksa orang agar menjual berbagai benda yang tidak diharuskan untuk menjualnya atau melarang mereka menjual barang-barang yang diperbolehkan untuk dijual, merupakan suatu hal yang tidak adil dan karenanya melanggar hukum.

#### **4. Pandangan Ibn Khaldun**

Baek (1996) mengatakan bahwa Ibn Khaldun dalam buku karyanya *Muqaddimah* mengemukakan sebuah teori, yakni teori Model Dinamika yang mempunyai pandangan jelas bagaimana faktor-faktor dinamika sosial, moral, ekonomi, dan politik saling berbeda namun saling berhubungan satu dengan lainnya bagi kemajuan maupun kemunduran sebuah lingkungan masyarakat atau pemerintahan sebuah wilayah (negara).

Terkait dengan masalah penawaran dan permintaan, Baek (1996) menjelaskan bahwa Ibnu Khaldun mengakui adanya pengaruh permintaan dan penawaran terhadap penentuan harga, jauh sebelum konsep itu dikenal di Barat. Istilah-istilah permintaan dan penawaran baru dikenal dalam literatur bahasa Inggris pada tahun 1767. Akan tetapi peranan dan fungsi dari permintaan dan penawaran dalam penentuan harga di pasar baru dikenal pada dekade-dekade di abad ke-19.

Ibn Khaldun menurut Baek (1996) menekankan bahwa kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan kenaikan harga, demikian pula sebaliknya penurunan penawaran atau kenaikan permintaan akan menyebabkan penurunan harga. Penurunan harga yang sangat drastis akan merugikan pengrajin dan pedagang serta mendorong mereka keluar dari pasar, sedangkan

kenaikan harga yang drastis akan menyusahkan konsumen. Harga damai dalam kasus seperti ini sangat diharapkan oleh kedua belah pihak, karena ia tidak saja memungkinkan para pedagang mendapatkan tingkat pengembalian yang ditolerir oleh pasar dan juga mampu menciptakan kegairahan pasar dengan meningkatkan penjualan untuk memperoleh tingkat keuntungan dan kemakmuran tertentu. Akan tetapi, harga yang rendah dibutuhkan pula, karena memberikan kelapangan bagi kaum miskin yang menjadi mayoritas dalam sebuah populasi.

# **BAB IV**

## **BUKTI EMPIRIS**

### **GARIS BESAR ISI BAB**

- A. Lokasi Penjaringan Data, 53
- B. Pasar Tradisional yang Dijadikan Sampel, 61
- C. Karakteristik Pasar Tradisional, 64
- D. Kontribusi Pasar Tradisional, 72
- E. Penguatan Pasar Tradisional, 85

## **A. Lokasi Penjaringan Data**

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penjaringan data untuk penulisan buku ini adalah Kawasan Bosowasi. Bosowasi merupakan akronim dari Bone, Soppeng, Wajo, dan Sinjai. Alasan yang mendasari dijadikannya kawasan tersebut sebagai tempat penjaringan data, yaitu: (1) Kawasan Bosowasi merupakan salah satu kawasan andalan yang telah dicanangkan pada masa Gubernur Sulawesi Selatan, Syahrul Yasin Lopo, (2) Sebagai salah satu kawasan yang dijadikan sebagai pusat pembangunan untuk sektor perhubungan, pertanian, perkebunan, dan pariwisata, (3) Sebagai salah satu kawasan yang dijadikan sebagai pusat pengembangan komoditas unggulan melalui alih teknologi atau pemanfaatan bibit unggul, (4) Sebagai salah satu kawasan yang diprioritaskan untuk percepatan dan penataan pembangunan infrastruktur seperti jalan, pertanian, perkebunan, dan pengembangan sentra-sentra usaha, (5) Hubungan antar keempat wilayah tersebut dalam berbagai aspek sangat kuat sejak dahulu hingga sekarang ini, (6) Struktur sosialnya sangat kental dengan nuansa budaya Bugis, dan (7) Pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut dianggap sebagai pondasi utama perekonomian rakyat

Lokasi penjaringan data perlu dideskripsikan dalam rangka untuk mendapatkan gambaran tentang situasi dan kondisinya dimana pasar-pasar tradisional yang dijadikan sebagai sampel, berada. Situasi dan kondisi yang dimaksud adalah tentang sejarahnya, keadaan geografi dan demografinya. Situasi dan kondisi tersebut sangat memengaruhi karakteristik pasar-pasar tradisional yang ada di dalamnya. Deskripsi lokasi penjaringan data dapat disajikan seperti di bawah ini:



## 1. Kabupaten Bone

### a. Sejarah

Bone di masa lalu, merupakan sebuah kerajaan besar di Nusantara, dikenal dengan sebutan Kerajaan Bone. Kerajaan Bone dalam catatan sejarah didirikan oleh Raja Bone ke-1, yaitu: *Manurunge ri Matajang* pada tahun 1330 M. dan mencapai puncak kejayaannya pada masa pemerintahan *La Tenritatta Arung Palakka* pada pertengahan abad ke-17 M. Bone kemudian berkembang dan menjadi sebuah daerah yang memiliki wilayah yang luas. Undang-undang Nomor 29 Tahun 1959 menyatakan bahwa Bone berkedudukan sebagai Daerah Tingkat II yang merupakan bagian integral dari wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (Pemda Kab. Bone, 2019).

Ada tiga warisan penting yang bersifat mendasar dari kerajaan Bone, yaitu: Politik dan tata pemerintahan, kerjasama dan pendekatan, pesan-pesan kemanusiaan (Pemda Kab. Bone, 2019). Ketiga warisan penting tersebut dapat disajikan penjelasannya seperti berikut ini, yaitu: (1) Bidang politik dan tata pemerintahan. Sistem kerajaan Bone pada masa lalu sangat menjunjung tinggi kedaulatan rakyat atau dalam terminologi politik modern dikenal dengan istilah demokrasi. Ini dibuktikan dengan penerapan representasi kepentingan rakyat melalui lembaga perwakilan mereka di dalam dewan adat yang disebut *Ade Pitue*, yaitu tujuh orang pejabat adat yang bertindak sebagai penasihat raja. Segala sesuatu yang terjadi dalam kerajaan dimusyawarahkan oleh *Ade' Pitue* dan hasilnya disampaikan kepada raja untuk dilaksanakan, (2) Kerjasama dan pendekatan. Pada masa-masa puncak kejayaan Bone, perjanjian monumental dilakukan, yakni perjanjian dan ikrar bersama kerajaan Bone, Wajo, dan Soppeng yang disebut dengan perjanjian *Tellumpoccoe* atau *Lamumpatue Ri Timurung*. Perjanjian ini merupakan upaya mempererat tali persaudaraan ketiga kerajaan

tersebut dalam memperkuat posisi kerajaan untuk menghadapi tantangan dari luar, (3) Pesan-pesan kemanusiaan. Pesan-pesan ini biasa digunakan orang Bone untuk menjawab perkembangan zaman dengan segala bentuk perubahan dan dinamikanya (Pemda Kab. Bone, 2019).

#### b. Geografi

Saat ini Kabupaten Bone merupakan salah satu daerah otonom di provinsi Sulawesi Selatan, dan Watampone sebagai ibu kotanya. Karena berada di pesisir timur Sulawesi Selatan, Kabupaten Bone memiliki posisi strategis dalam perdagangan barang dan jasa di Kawasan Timur Indonesia, dimana secara administratif terdiri dari 27 kecamatan, 328 desa dan 44 kelurahan dan terletak 174 km ke arah timur Kota Makassar serta berada pada posisi 4°13' - 5°6' LS dan antara 119°42'-120°30' BT. Luas wilayah Kabupaten Bone 4.559 km<sup>2</sup> dengan rincian lahan sebagai berikut: (1) Persawahan: 88.449 Ha, (2) Tegalan/Ladang: 120.524 Ha, (3) Tambak dan Empang: 11.148 Ha, (4) Perkebunan Negara dan Swasta: 43.052,97 Ha, (5) Hutan: 145.073 Ha, dan (5) Padang rumput dan lainnya: 10.503,48 Ha (BPS Kab. Bone, 2018).

#### c. Demografi

Penduduk Kabupaten Bone adalah 751.026 jiwa, terdiri atas 358.889 laki-laki dan 392.137 perempuan. Dengan luas wilayah Kabupaten Bone sekitar 4.559 km<sup>2</sup> dan rata-rata tingkat kepadatan penduduk Kabupaten Bone adalah 162 jiwa per km<sup>2</sup>. Kabupaten Bone tergolong kabupaten yang besar dan luas di Sulawesi Selatan. Rata-rata jumlah penduduk per km<sup>2</sup> adalah 165 jiwa. Terkait dengan perannya sebagai pusat pemerintahan, pendidikan, dan fasilitas publik lain, maka mayoritas penduduk tinggal terpusat di ibu kota kabupaten. Kepadatan penduduknya mencapai 2.214 jiwa per km<sup>2</sup>. Penduduk Kabupaten Bone didominasi oleh penduduk muda dan usia produktif. Penduduk usia produktif memiliki jumlah terbesar yaitu

64,50 persen dari keseluruhan populasi dengan rasio ketergantungan sebesar 55,03 persen. Artinya, setiap 100 orang penduduk usia produktif menanggung sebanyak 55 hingga 56 penduduk yang belum produktif dan tidak produktif lagi. Hal lain yang menarik pada penduduk Kabupaten Bone adalah adanya perubahan arah perkembangan penduduk yang ditandai dengan penduduk usia 0-4 tahun yang jumlahnya lebih kecil dari kelompok penduduk usia yang lebih tua yaitu 5-9 tahun. Kondisi tersebut mengindikasikan terjadinya penurunan tingkat kelahiran penduduk pada beberapa tahun ini (BPS Kab. Bone, 2018).

## **2. Kabupaten Soppeng**

### **a. Sejarah**

Kabupaten Soppeng di masa dulu, adalah sebuah kerajaan kecil. Kerajaan Soppeng tersebut dikoordinir oleh Lili-lili yang kemudian disebut distrik di zaman pemerintahan Belanda. Literatur yang membahas tentang sejarah Soppeng masih sangat sedikit. Seperti halnya dengan daerah-daerah di Limae Ajattappareng, Mandar dan Toraja, Soppeng hanyalah daerah kecil dan kurang signifikan untuk diperebutkan oleh dominasi dua kekuatan di Sulawesi Selatan yakni Luwu dan Siang sebelum abad ke-16 M. Namun di masa dulu, Soppeng bersama Wajo, sangat bergantung kepada kerajaan Luwu. Seiring menguatnya kekuatan persekutuan Goa-Tallo di Makassar, Bone sempat mengajak Wajo dan Soppeng untuk membentuk persekutuan *Tellumpoccoe* pada perjanjian Timurung tahun 1582 M. untuk mengimbangnya. Akan tetapi, pada saat masuknya Islam di Sulawesi Selatan di pertengahan akhir abad ke-16 M., Karaeng Tallo I Mallingkang yang dikenal dengan Karaeng Matoaya serta penguasa Goa I Manga'rangi yang bergelar Sultan Alauddin, telah mengubah peta politik di Sulawesi Selatan. Pada waktu itu, kekuatan Bugis-Makassar menjadi satu kekuatan baru untuk melawan orang kafir ketika Soppeng dan Sidenreng memeluk

Islam tahun 1609 M., Wajo 1610 M., dan Bone pada tahun 1611 M (Pemda Kab. Soppeng, 2019).

Perjanjian Timurung yang melahirkan persekutuan *Tellumpocco*, Soppeng sesungguhnya sudah berada di pihak kerajaan Goa dan terikat dengan perjanjian *Lamogo* antara Goa dan Soppeng. Persekutuan *Tellumpocco* sendiri lahir atas restu Goa. Namun, ketika terjadi gejolak politik antara Bugis dan Makassar disebabkan oleh gerakan yang dipelopori oleh Arung Palakka dari Bone, Soppeng sempat terpecah dua ketika Datu Soppeng, Arung Mampu, dan Arung Bila bersekutu dengan Bone pada tahun 1660 M., sementara sebagian besar bangsawan Soppeng yang lain menolak perjanjian di atas rakit di Atappang tersebut (Pemda Kab. Soppeng, 2019).

#### b. Geografi

Soppeng terletak pada depresiasi sungai Walanae yang terdiri dari daratan dan perbukitan dengan luas daratan  $\pm 700$  km<sup>2</sup> serta berada pada ketinggian rata-rata antara 100-200 m di atas permukaan laut. Luas daerah perbukitan Soppeng kurang lebih 800 km<sup>2</sup> dan berada pada ketinggian rata-rata 200 m di atas permukaan laut. Ibu kota Kabupaten Soppeng, Watansoppeng berada pada ketinggian 120 m di atas permukaan laut. Kabupaten Soppeng tidak memiliki wilayah pantai. Wilayah perairan hanya sebagian dari Danau Tempe. Gunung-gunung yang ada di wilayah Kabupaten Soppeng memiliki ketinggian yang variative, yaitu: (1) Gunung Nene Conang 1.463 m, (2) Gunung Laposo 1000 m, (3) Gunung Sewo 860 m, (4) Gunung Lapacu 850 m, (6) Gunung Bulu Dua 800 m, (7) Gunung Paowengeng 760 m. Kabupaten Soppeng juga memiliki tempat-tempat wisata berupa permandian air panas alami, seperti Lejja, permandian mata air Ompo dan permandian alam Citta (BPS Kab. Soppeng, 2018).

### c. Demografi

Kabupaten Soppeng adalah salah satu Kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu Kotanya adalah Watansoppeng. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.500,00 km<sup>2</sup> dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 223.826 jiwa. Kabupaten Soppeng terdiri dari 8 kecamatan, 21 kelurahan dan 49 desa. Pada tahun 2017, kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.557,00 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sebesar 249.768 jiwa dengan sebaran penduduk 160 jiwa/km<sup>2</sup> (BPS Kab. Soppeng, 2018).

## 3. Kabupaten Wajo

### a. Sejarah

Kabupaten Wajo di masa dulu, merupakan sebuah kerajaan kecil. Kata Wajo dipergunakan sebagai identitas masyarakat Wajo sekitar 605 tahun yang lalu yang menunjukkan kawasan merdeka dan berdaulat dari kerajaan-kerajaan besar pada saat itu. Di bawah bayang-bayang diadakan kontrak sosial antara rakyat dan pemimpin adat dan bersepakat membentuk Kerajaan Wajo. Perjanjian itu diadakan di sebuah tempat yang bernama Tosora yang kemudian menjadi ibu kota kerajaan Wajo. Versi lain tentang terbentuknya Wajo, yaitu kisah We Tadampali, seorang putri dari Kerajaan Luwu yang diasingkan karena menderita penyakit kusta. Dia dihanyutkan hingga masuk daerah Tosora. Kawasan itu kemudian disebut Majauleng, berasal dari kata *maja* (jelek/sakit) *oli'* (kulit). Konon kabarnya ia dijilat kerbau belang di tempat yang kemudian dikenal sebagai Sakkoli (sakke' = pulih, oli = kulit) sehingga dia sembuh. Saat dia sembuh, beserta pengikutnya ia membangun sebuah masyarakat baru, hingga suatu saat datang seorang pangeran dari Bone yang beristirahat di dekat perkampungan We Tadampali. Singkat kata mereka kemudian menikah dan menurunkan raja-raja Wajo. Wajo adalah sebuah kerajaan yang tidak mengenal sistem *To Manurung* sebagaimana kerajaan-kerajaan di Sulawesi Selatan pada

umumnya. Tipe Kerajaan Wajo bukanlah feodal murni, tetapi kerajaan elektif atau demokrasi terbatas (Pemda Kab. Wajo, 2019).

#### b. Geografi

Secara geografis, Kabupaten Wajo terletak pada 3°39' - 4°16' Lintang Selatan dan 119°53' - 120°27' Bujur Timur. Sebagian besar wilayahnya berupa dataran rendah hingga dataran rendah bergelombang dengan ketinggian wilayah 0-520 mdpl. Hanya sebagian kecil yang berupa perbukitan di bagian utara. Bagian timur berupa dataran rendah dan pesisir Teluk Bone, termasuk pulau-pulau pasir di perairan Teluk Bone. Sedangkan bagian barat merupakan dataran aluvial Danau Tempe dan Danau Sidenreng (BPS Kab. Wajo, 2018).

#### c. Demografi

Kabupaten Wajo merupakan salah satu Kabupaten yang ada di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kotanya adalah Sengkang. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.056,19 km<sup>2</sup> dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 400.000 jiwa. Kabupaten Wajo dulunya terdiri dari 10 kecamatan, akan tetapi sejak tahun 2000 terjadi pemekaran hingga saat ini terdapat 14 kecamatan (BPS Kab. Wajo, 2018).

### 4. Kabupaten Sinjai

#### a. Sejarah

Seperti halnya dengan tiga kabupaten di atas, Sinjai dulunya juga merupakan sebuah kerajaan kecil. Daerah ini diawali dengan terbentuknya persekutuan kerajaan *Tellu Limpo'e*, yaitu: Tondong, Bulo-Bulo, Lamatti, dan persekutuan kerajaan *Pitu Riwawo Bulo*. Sekalipun dulunya Kabupaten Sinjai berupa kerajaan, namun watak dan karakter warganya tetap tercermin dari adanya sistem pemerintahan demokratis dan berkedaulatan rakyat. Komunikasi politik melalui landasan tatanan kesopanan, *Sipakatau* (Saling

Menghormati) dan menjunjung nilai-nilai dari konsep *Sirui Menre, Tesirui No'* (saling menarik ke atas, pantang saling menarik ke bawah). Meskipun terikat dengan persekutuan Kerajaan *Tellu Limppo'e*, namun pelaksanaan roda pemerintahannya tetap berjalan pada wilayahnya masing-masing tanpa adanya pertentangan dan peperangan yang terjadi di antara mereka. Persekutuan Kerajaan *Tellu Limppo'e* kemudian membangun sebuah benteng pertahanan, yang diberi nama Benteng Balangnipa pada tahun 1557 M, untuk mengantisipasi serangan dari luar (Pemda Kab. Sinjai, 2019).

#### b. Geografi

Secara geografis Kabupaten Sinjai terletak pada titik 5° 2' 56" - 5° 21' 16" Lintang Selatan dan 119° 56' 30" - 120° 25' 33" Bujur Timur. Kabupaten Sinjai terletak di bagian pantai timur Provinsi Sulawesi Selatan yang berjarak sekitar 223 km dari kota Makassar. Luas wilayahnya berdasarkan data yang ada sekitar 819,96 km<sup>2</sup> (81.996 ha). Kabupaten Sinjai secara geografis terdiri atas wilayah pesisir, dataran rendah dan dataran tinggi dengan ketinggian antara 0- 2.871 meter di atas permukaan air laut (mdpl). Pesisir Kabupaten Sinjai berada di sepanjang batas sebelah timur dan tergolong sempit meliputi Kecamatan Sinjai Timur, Sinjai Utara dan Kecamatan *Tellu Limpo'e*. Daerah dataran tinggi yang merupakan lereng timur Gunung Lompobattang dan Gunung Bawakaraeng meliputi Kecamatan Sijai Barat dan Sinjai Borong. Sedangkan dataran tinggi pegunungan Bohonglangi meliputi sebagian wilayah Kecamatan Bulupoddo (BPS Kab. Sinjai, 2018).

#### c. Demografi

Kabupaten Sinjai merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu Kotanya adalah Sinjai yang berjarak sekitar ±220 km dari Kota Makassar. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 819,96 km<sup>2</sup> dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 236.497 jiwa. Kabupaten Sinjai terdiri dari 9 kecamatan, 13 kelurahan dan 67

desa. Pada tahun 2017, kabupaten ini memiliki luas wilayah 798,96 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sebesar 255.853 jiwa dengan sebaran penduduk 320 jiwa/km<sup>2</sup>. Kecamatan Sinjai Utara merupakan daerah yang terpadat penduduknya dengan 1.471 jiwa/km<sup>2</sup>, sedangkan Kecamatan Bulopoddo merupakan daerah yang terjarang penduduknya dengan 158 jiwa/km<sup>2</sup>. Sebanyak 99% penduduk Kabupaten Sinjai memeluk agama Islam (BPS Kab. Sinjai, 2018).

## **B. Pasar Tradisional yang Dijadikan Sampel**

### **1. Pasar-pasar Tradisional di Sinjai**

Jumlah pasar tradisional di Kabupaten Sinjai sebanyak 42 buah yang tersebar di enam kecamatan, Sinjai Tengah, Barat, Timur, Selatan, Utara dan Sinjai Borong. Pasar-pasar tersebut merupakan pondasi utama aktivitas perekonomian masyarakat pedesaan di enam kecamatan tersebut (Dinas Perdagangan Kab. Sinjai, 2019).

Jumlah pasar tradisional yang dijadikan sampel di Kabupaten Sinjai sebanyak 11 buah. Pasar-pasar tersebut diobservasi pada tanggal 6 Juli 2019. Pasar-pasar tersebut, yaitu: Di Sinjai Utara: (1) Pasar Sentral Sinjai dan (2) Pasar TPI Lelong, di Sinjai timur: (3) Pasar Baringeng dan (4) Pasar Dumme, di Sinjai Tengah: (5) Pasar Lagora dan (6) Pasar Manipahoi, di Sinjai Selatan: (7) Pasar Samaenre dan (8) Pasar Labettang di Sinjai Borong: (9) Pasar Inrulampung dan (10) Pasar Batu Belerang, di Sinjai Barat, (11) Pasar Arabika.

Pasar-pasar tersebut dari segi waktu dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu: pasar pagi dan pasar malam. Dari aspek hari, yaitu: (1) Pasar yang beroperasi setiap hari, (2) Pasar yang beroperasi 3 hari setiap minggu, (3) Pasar yang beroperasi 4 hari seminggu, (4) Pasar yang beroperasi dua hari sekali, (5) Pasar yang beroperasi lima hari sekali, (6) Pasar yang beroperasi seminggu dua kali, dan (7) Pasar yang beroperasi tiga hari sekali. Dari aspek komoditi yang diperjualbelikan terdiri dari dua, yaitu pasar campuran dan



pasar pelelangan ikan. Sedangkan dari aspek cara penjualan barang terdiri dari dua, yaitu pasar enceran dan pasar grosir.

## **2. Pasar-pasar Tradisional di Soppeng**

Jumlah pasar tradisional di Kabupaten Soppeng sebanyak 36 buah (Dinas Perdagangan Kab. Soppeng, 2019) dan yang dijadikan sampel sebanyak 10 buah. Pasar-pasar tersebut diobservasi pada tanggal 7 Juli 2019. Pasar-pasar tersebut yaitu: (1) pasar Cabbeng (2 kali seminggu, Senin dan Jum'at), (2) pasar Sentral Soppeng (3 kali seminggu, Senin, Kamis dan Minggu), (3) pasar Tajuncu (2 kali seminggu, Selasa dan Sabtu), (4) pasar Leworeng (2 kali seminggu, Rabu dan Sabtu), (5) pasar Paniccong (2 kali seminggu, Selasa dan Jum'at), (6) pasar Batu-batu (3 kali seminggu, Selasa, Kamis dan Sabtu), (7) pasar Lagoci (2 kali seminggu, Senin dan Jum'at), (8) pasar Lajoa (2 kali seminggu, Senin dan Jum'at), (9) pasar Pacongkang (2 kali seminggu, Kamis dan Minggu), dan (10) pasar Pallapao (2 kali seminggu, Kamis dan Minggu).

Pasar-pasar tersebut di atas dapat diklasifikasikan dari aspek cara penjualan barang terdiri dari dua, yaitu: pasar enceran dan pasar grosir. Dari aspek harinya, pada umumnya dua atau tiga kali seminggu.

## **3. Pasar-pasar Tradisional di Wajo**

Jumlah pasar yang ada di Kabupaten Wajo sebanyak 32 buah (Dinas Perdagangan Kab. Wajo, 2019) dan yang dijadikan sampel di sebanyak 13 buah. Pasar-pasar tersebut diobservasi pada tanggal 14 Juli 2019. Pasar-pasar tersebut yaitu: (1) Pasar tempe (Pagi: 3 kali seminggu, Minggu, Rabu dan Jum'at, Sore: setiap hari), (2) pasar Tanasitolu (2 kali seminggu, Minggu dan Kamis), (3) pasar Lajokka (2 kali seminggu, Rabu dan Sabtu), (4) pasar Anabanua (2 kali seminggu, Rabu dan Sabtu), (5) pasar Salobulo (2 kali seminggu, Rabu dan Minggu), (6) pasar Keere (2 kali seminggu, Rabu dan Sabtu), pasar

Kaluku (2 kali seminggu, Senin dan Kamis), (7) pasar Siwa (Lokal: Setiap hari, Raya: 2 kali seminggu, Rabu dan Minggu), (8) pasar Atapange (3 kali seminggu, Senin, Kamis dan Minggu), (9) pasar Sempange (2 kali seminggu, Selasa dan Sabtu), (10) pasar sentral Sengkang, setiap hari), (11) pasar malam terminal Callacu Sengkang (2 kali seminggu, Rabu malam dan Sabtu malam), dan (12) pasar Pammana (2 kali seminggu, Selasa dan Sabtu).

Pasar-pasar tersebut di atas dapat diklasifikasikan dari beberapa aspek, yaitu: Dari aspek cara penjualan barang terdiri dari dua, yaitu: pasar enceran dan pasar grosir. Dari aspek waktunya terdiri dari tiga, yaitu pasar pagi, sore dan malam. Dari aspek harinya, pada umumnya dua atau tiga kali seminggu

#### **4. Pasar-pasar Tradisional di Bone**

Jumlah pasar tradisional yang ada di Kabupaten Bone sebanyak 47 buah (Dinas Perdagangan Kab. Bone, 2019) dan yang dijadikan sampel di Kabupaten Sinjai sebanyak 23 buah. Pasar-pasar tersebut diobservasi pada tanggal 15 Juli 2019. Pasar-pasar tersebut, yaitu: (1) Pasar Pompanuan, (2) pasar Welado, (3) pasar Uloe, (4) pasar Pattiro, (5) pasar Tokaseng, (6) pasar Pacing, (7) pasar Sentral Palakka Bone, (8) pasar Bajoe, (9) pasar Taccipi, (10) pasar Bengo, (11) pasar Koppe, (12) pasar Cina, (13) pasar Mare, (14) pasar Salomekko, (15) pasar Kajuara, (16) pasar Nusa Kahu, (17) pasar Benteng Sibulue, (18) pasar Lamuru, (19) pasar Watu, (20) pasar Lacibu Libureng, (21) pasar Panyula, (22) pasar Tobenteng Amali, dan (23) pasar Lalebbata Lamuru.

Pasar-pasar tradisional tersebut di atas dapat diklasifikasikan kedalam beberapa aspek. Dari aspek cara menjual barang-barang terdiri dari dua, yaitu: Pasar enceran dan pasar grosir. Dari aspek harinya, pada umumnya 2 kali dalam 5 hari, sekali pasar raya dan sekali pasar lokal, termasuk pasar Sentral Palakka juga memiliki pasar raya, namun ada pasar lokalnya setiap hari begitu pula pasar Bajoe.

## **C. Karakteristik Pasar Tradisional**

Semua pasar tradisional yang dijadikan sampel, yang diobservasi dari tanggal 6-15 Juli 2019, memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda dengan yang lainnya, hampir sama semuanya. Karena itu dalam menyajikan data dari hasil observasi tentang deskripsi karakteristik pasar-pasar tersebut disatukan dalam 22 tema. Ke 22 tema tersebut dapat disajikan datanya seperti dibawah ini:

### **1. Pondasi Perekonomian Rakyat**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, sebagaimana juga di tempat-tempat lain di tanah air, menjadi salah satu jantung perekonomian masyarakat. Kedudukan pasar-pasar tradisional tersebut masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat di Kawasan Bosowasi. Mereka sangat membutuhkan pasar-pasar tradisional tersebut dalam mencari pendapatan dan juga kebutuhan dalam transaksi jual beli. Peran pasar-pasar tersebut sangatlah penting bagi perekonomian di Kawasan Bosowasi. Selain menjadi pondasi dasar perekonomian, pasar-pasar tersebut juga mampu digunakan untuk memaksimalkan hasil bumi yang dikelola para petani. Pasar-pasar tersebut juga berpengaruh terhadap permasalahan kemiskinan karena memberikan wadah jual beli bagi sebagian masyarakat di Kawasan Bosowasi yang berprofesi sebagai petani dan nelayan dan jumlah mereka sangat besar. Mereka dapat dipandang sebagai sektor strategis dalam membangun perekonomian di daerah.

### **2. Pengelolaan Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dikelola, didirikan dan dimiliki oleh masing-masing Pemerintah setempat melalui UPTD pengelola pasar tradisional. Namun demikian, Pemerintah-pemerintah setempat tersebut (Bone, Soppeng, Wajo dan Sinjai) tidak ikut campur secara langsung dalam

pasar dan hanya bertugas untuk menjaga ketertiban umum dan menarik retribusi dari para pedagang yang menjual di pasar-pasar tersebut sebagai kewajiban bagi mereka dalam menggunakan fasilitas umum yang telah disiapkan oleh masing-masing pemerintah setempat sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah.

### **3. Penataan Bangunan Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa area pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi didirikan di tempat yang terbuka. Tempat-tempat usaha ditata berdasarkan jenis bangunannya. Jenis-jenis bangunan yang didirikan dalam area pasar-pasar tradisional tersebut terdiri dari kios atau gerai, stand, los, lapak dan plataran terbuka.

### **4. Pajangan Barang Dagangan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa para perdagangan dalam menjual barang-barang dagangannya di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dipajang secara terbuka di tempat-tempat dagangan mereka di dalam pasar. Barang-barang dagangan yang dipajang tersebut tidak memiliki lebel harga, akan tetapi harga terbentuk melalui tawar-menawar antara pedagang dengan pembeli. Pangajangan barang-barang dagangan mereka tidak ditata dengan rapih melainkan dipajang apa adanya, asal para pembeli yang datang untuk membeli, dapat dilihat oleh mereka.

### **5. Tempat dan Jenis Dagangan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa tempat dagangan dalam area pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, namun barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang pakaian, barang-barang elektronik, logam mulia, barang-

barang pecah belah, kuliner, warung makan, peralatan dapur, ikan, sayur, buah-buahan, bumbu, dan daging.

## **6. Komoditas**

Hasil observasi menunjukkan bahwa komoditas yang diperdagangkan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi berupa kekayaan alam dan tenaga fisik, yakni barang dan jasa. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan tersebut berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar-pasar tradisional tersebut adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara. Pada umumnya barang-barang dagangan tersebut adalah untuk keperluan memasak, dapur dan rumah tangga dengan harga yang relatif murah dan terjangkau.

## **7. Teknik Produksi**

Hasil observasi menunjukkan bahwa produksi yang dipasarkan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dilakukan oleh rumah tangga dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuannya. Barang-barang yang diproduksi adalah barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan rumah tangga. Teknik produksi tersebut dipelajari secara turun-temurun dari generasi ke generasi.

## **8. Volume Penjualan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelayanan dan harga merupakan hal yang paling mempengaruhi volume penjualan para pedagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi,. Jika pelayanan dilakukan secara terbuka dan maksimal maka para pembeli sangat tertarik memberi dangan yang diajakan di pasar-pasar tersebut, demikian pula jika harga barang-barang yang

dijajarkan tersebut murah maka dapat menambah penjualan para pedagang. Sedangkan promosi dan inovasi tidak terlalu berpengaruh.

### **9. Penentuan Harga**

Hasil observasi menunjukkan bahwa harga awal yang terjadi di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi ditentukan oleh para pedagang sendiri. Harga barang-barang yang ditawarkan oleh mereka relatif murah dan dapat dijangkau para pembeli yang datang berbelanja di pasar-pasar tersebut. Namun demikian, keseimbangan harga, yakni harga yang disepakati antara penjual dan pembeli di pasar-pasar tradisional tersebut ditetapkan melalui melalui proses tawar menawar harga.

### **10. Kegiatan Transaksi**

Hasil observasi menunjukkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh para penjual dan pembeli pada pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dalam menjual atau membeli suatu barang atau jasa dilakukan secara langsung dan tunai, belum dilakukan secara daring. Transaksi daring tidak lakukan karena keterbatasan fasilitas yang disediakan di pasar-pasar tradisional tersebut, selain itu para pedagang di dalamnya belum terbiasa menggunakan IT secara baik dalam bertransaksi.

### **11. Penggunaan Media Sosial**

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian di antara pedagang yang berdagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menawarkan barang-barang dagangannya melalui media sosial, misalnya FB, Intagram, Whatsup, dan lain-lain, sehingga mereka dapat menjual barang-barang dagangannya dengan cepat, dan kadang-kadang mereka melakukan transaksi dengan tranferan antar rekening yang mereka miliki. Namun sebagian besar dari mereka belum mengenal media sosial sehingga barang-barang dagangannya ditawarkan secara langsung kepada pembeli yang

datang berbelanja di pasar-pasar tersebut dan pembayarannya pun dilakukan dengan bayar tunai.

## **12. Pelaku Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelaku pasar adalah para pedagang yang menjual barang/jasa di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dan para pembeli yang membeli barang/jasa tersebut. Pedagang baru dapat masuk dengan mudah ke pasar-pasar tersebut kapan saja mereka mau demikian pula para pembeli baru. Oleh karena, banyak pembeli dan penjual yang bisa masuk dengan mudah ke pasar-pasar tersebut sehingga seorang penjual tidak bisa melakukan monopoli terhadap suatu barang. Jadi tidak ada monopoli oleh satu penjual tertentu, akan tetapi yang terjadi adalah pasar persaingan sempurna, yakni banyak barang yang dijual oleh banyak penjual dengan menawarkan harga secara terbuka dan saling bersaing satu sama lainnya.

## **13. Pedagang**

Hasil observasi menunjukkan bahwa para pedagang yang berdagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi adalah penduduk di sekitar pasar dan berasal dari tempat-tempat yang tidak jauh dari pasar-pasar tersebut. Sebagian dari mereka berdagang sebagai pekerjaan utama mereka dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka dan keluarganya, dan sebagian juga dari mereka berdagangan di pasar-pasar tersebut hanya sebagai pekerjaan sampingan untuk menambah pendapatan mereka. Diantara para pedagang tersebut, kebanyakan laki-laki, tetapi perdagangan perempuan juga banyak. Laki-laki dan perempuan tersebut terdiri dari nenek-nenek, kakek-kakek, orang tua (dewasa), remaja bahkan ada yang masih anak-anak. Tingkat pendidikan mereka tidak terlalu tinggi, namun di antara mereka sudah ada yang menyandang sarjana (S1).

#### **14. Pembeli**

Hasil observasi menunjukkan bahwa para pembeli yang datang berbelanja di pasar-pasar di Kawasan Bosowasi adalah penduduk di sekitar pasar dan dari tempat-tempat yang tidak jauh dari lokasi pasar. Mereka pada umumnya datang berbelanja di pasar-pasar tradisional tersebut untuk kebutuhan sehari-hari dan rumah tangga mereka. Mereka senang berbelanja di pasar-pasar tradisional tersebut karena mereka mereka bisa menawar barang-barang yang mereka hendak beli, sehingga mereka bisa mendapatkan harga yang murah. Jika demikian adanya, maka mereka bisa membawa pulang ke rumah barang barang untuk kebutuhan sehari-hari dan rumah tangga.

#### **15. Pelayanan Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa jangkauan pelayanan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi tidak dapat diukur dengan radius kilometer saja, melainkan juga berdasarkan potensi ketersediaan barang yang spesifik yang akan menjadi daya tarik para pembeli terhadap jenis komoditi yang ditawarkan pasar-pasar tradisional tersebut. Terkadang jangkauan pasar-pasar tradisional tersebut dapat mencapai lingkup kabupaten bahkan antar kabupaten dengan pengiriman komoditi tertentu. Dalam melayani para pembeli, para pedagang di pasar-pasar tradisional tersebut, melayani mereka secara langsung dan terbuka dengan maksimal mulai dari mengambil, menimbang, membungkus hingga pada proses pembayaran.

#### **16. Retribusi Pelayanan Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa retribusi pelayanan pasar adalah retribusi atas penyediaan fasilitas di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi berupa pelataran, los, kios yang dikelola Pemerintah Daerah masing-masing di Kawasan Bosowasi dan khusus disediakan untuk pedagang yang menggunakan fasilitas di pasar-pasar tersebut. Besarnya retribusi yang dibayar oleh para pedagang



berdasarkan peraturan pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi dengan tarif berkisar antara Rp. 1.500 hingga Rp. 40.000 per bulan.

### **17. Kebersihan dan Kenyaman Pasar**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pada umumnya, pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi terlihat kumuh, kotor, semrawut, bau, timbunan sampah ada di mana-mana, bahkan dianggap sebagai penyebab kemacetan lalu lintas, dan banyak fasilitasnya tidak terawat dengan baik. Semua hal tersebut merupakan predikat yang sudah melekat pada pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sehingga bagi mereka yang baru berkunjung ke pasar-pasar tersebut merasa kurang nyaman berbelanja dan tidak betah berada di dalamnya. Akan tetapi bagi mereka yang sudah terbiasa dengan kondisi demikian sampai saat ini masih setia berbelanja dan betah berada di pasar-pasar tradisional tersebut. Predikat buruk yang melekat pada pasar-pasar tradisional tersebut secara umum dilatarbelakangi oleh perilaku dari para pedagang pasar, pengunjung atau pembeli dan pengelola pasar.

### **18. Keamanan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, memiliki pos keamanan, akan tetapi petugas keamanan jumlahnya sangat terbatas. Secara umum, pengunjung atau pembeli yang berbelanja di pasar-pasar tradisional tersebut cukup aman. Namun demikian sewaktu-waktu bisa saja terjadi keributan antar sesama pedagang, sesama pembeli atau antar pembeli dengan pedagang, atau bisa jadi ada preman yang sengaja datang ke pasar-pasar tersebut membuat keributan. Pada hari-hari pasar raya di pasar-pasar tradisional tersebut biasanya pihak keamanan baik dari kepolisian, hansip dan satpol PP hadir. Mereka berjaga-jaga untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan terjadi di pasar-pasar tersebut.

## **19. Fasilitas Umum**

Hasil observasi menunjukkan bahwa fasilitas umum yang dimiliki pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi antara lain kantor pengelola pasar, toilet, ruang peribadatan, pos keamanan. Fasilitas umum ini sebagian di antaranya masih berfungsi dan sebagian yang lainnya sudah tidak berfungsi dengan baik bahkan ada di antara pasar-pasar tersebut sama sekali belum memilikinya. Sementara fasilitas lain yang seharusnya ada di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, seperti ruang menyusui, kamera keamanan, pos kesehatan, area penghijauan, dan fasilitas untuk kaum difabel, namun kenyataannya belum ada sama sekali. Pada umumnya para pedagang dan pengunjung/pembeli di pasar-pasar tersebut sangat mengeluh karena tidak dapat menggunakan fasilitas umum tersebut dengan maksimal, padahal mereka, yakni para pedagang diwajibkan membayar retribusi pasar berdasarkan peraturan dan ketentuan yang ada.

## **20. Ketersediaan Air Bersih**

Hasil observasi menunjukkan bahwa para pedagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, mendapatkan air bersih dari sumur dan PDAM yang telah disediakan pengelola pasar setempat. Namun ketersediaan air bersih tersebut belum maksimal sehingga para pedagang merasa kekurangan air untuk membersihkan barang dagangannya. Pedagangan ikan sangat membutuhkan air bersih, mereka tidak leluasa menggunakan air bersih yang ada karena sangat terbatas. Sementara pedagang lainnya juga meminta pengelola pasar agar cepat tanggap untuk menyediakan air bersih secukupnya. Pada umumnya, para pedagang di Kawasan Bosowasi menganggap bahwa kebutuhan air bersih sangat diperlukan, seperti untuk mencuci ikan, bekas tempat jualan dan mencuci tangan.

## **21. Sosial dan Budaya**

Hasil observasi menunjukkan bahwa aspek sosial dan budaya di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dapat dilihat pada sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar-pasar tersebut. Hal ini dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli lebih dekat sehingga rasa tolong menolong dan kekeluargaan sangat tampak pada aktivitas mereka dalam pasar-pasar tersebut.

## **22. Pengelolaan Lingkungan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pada umumnya pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi belum ramah terhadap lingkungan sekitarnya. Pasar-pasar tersebut kurang bersih dan tidak tertata rapi, dan juga tidak memiliki program pengelolaan sampah (*reduce, reuse, recycle*), serta fasilitas kebersihan yang dimilikinya masih sangat minim, pengelolaan limbah belum ada di pasar, dan area penghijauan juga sama sekali belum ada karena lahan yang ada di pasar-pasar tersebut dirancang hanya untuk kios, los, lapak dan plataran untuk para pedagang saja. Sementara lahan untuk area penghijauan tidak didesain dari awal.

## **D. Kontribusi Pasar Tradisional**

Dalam mengumpulkan data untuk Sub-Bab ini digunakan metode wawancara dan dilaksanakan dari tanggal 28-31 Juli 2019 di Bone, Soppeng, Wajo dan Sinjai. Wawancara tersebut tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bosowasi yang terdiri dari empat komponen, yaitu: Fisik Pasar, Ekonomi, Sosial Budaya, dan Lingkungan. Uraian hasil wawancara dari keempat komponen tersebut dapat disajikan seperti di bawah ini:

## 1. Fisik Pasar

Komponen fisik pasar terdiri dari tiga indikator. Ketiga indikator tersebut, yaitu: Tata guna lahan, sarana dan prasarana, dan hubungan antar daerah. Hasil wawancara tentang ketiga indikator tersebut dapat disajikan datanya sebagai berikut:

### a. Tata Guna Lahan

Para informan mengatakan bahwa tata guna lahan adalah sebuah pemanfaatan lahan dan penataan lahan yang dilakukan sesuai dengan kondisi alam tersebut. Tata guna lahan, antara lain dapat berupa kawasan perdagangan. Kawasan perdagangan ini biasanya ditandai dengan adanya bangunan yang menjual berbagai macam barang. Pasar tradisional merupakan kawasan perdagangan yang dijadikan masyarakat di perkotaan dan pedesaan sebagai sentra perekonomian. Pasar-pasar tradisional yang ada di Kawasan Bosowasi merupakan urat nadi perekonomian masyarakat dan dikelola oleh masing-masing pemerintah setempat. Lahan yang ditempati pasar-pasar tersebut merupakan lahan negara untuk kepentingan masyarakat. Bangunan-bangunan yang ada di dalam pasar ditata dengan baik sesuai dengan kondisi dan kapasitas masing-masing penjual dan pedagang yang menempati bangunan-bangunan tersebut. Artinya, pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menjadikan produktif lahan yang digunakan untuk mengembangkan wilayah di mana mereka berada.

### b. Sarana dan Prasarana

Para informan mengatakan bahwa dalam menjalankan aktivitasnya, Pasar-pasar tradisional di Kawasan Bowosasi didukung dengan sarana dan prasarana. Artinya, jika ada pasar tradisional di suatu wilayah, maka wilayah tersebut akan berkembang karena adanya sarana yang diadakan dan prasarana yang dibangun dan disediakan. Sarana yang dimaksud di sini adalah fasilitas yang digunakan untuk mendukung berlangsungnya aktivitas di pasar-pasar tradisional di

Kawasan Bosowasi. Sarana yang dimilikinya, antara lain: Sarana parkir, sarana bongkar muatan, sarana kantor pengelola, sarana pelayanan terpadu, sarana produksi, sarana transportasi, sarana makanan, sarana ibadah, sarana keamanan, sarana kesehatan, sarana kebersihan, sarana air bersih, sarana MCK, sarana listrik, sarana komunikasi, sarana promosi, dan sarana pemadam kebakaran, Sedangkan prasarana yang dimaksud di sini adalah penunjang utama terselenggaranya aktivitas di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Prasaran yang dimilikinya, antara lain: Toko, kios, los, lapak, tenda, kantor pengelola pasar, ruang promosi, unit pengelola sampah, lembaga keuangan pasar, koperasi, pos keamanan, pos pelayanan terpadu, klinik kesehatan, space iklan, masjid dan mushallah, warung kopi, warung makan, kamar mandi dan WC, lahan dasar tenda, lahan parkir, lahan bongkar muatan, drainase, jaringan listrik, jaringan komunikasi, gudang, dan akses jalan dan pintu.

### c. Hubungan antar Daerah

Para informan mengatakan bahwa keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing daerah di Kawasan Bosowasi yang dapat menghambat penyelenggaraan pemerintahan di daerah, oleh masing-masing daerah tersebut dituntut lebih proaktif dan melakukan inovasi untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan tersebut dalam rangka mengembangkan serta mengoptimalkan semua potensi yang ada di daerahnya masing-masing. Pasar-pasar tradisional yang di Kawasan Bosowasi dapat menjalankan peran ini karena merupakan salah satu bagian dari berbagai macam sistem, prosedur, hubungan sosial dan juga infrastruktur yang berhubungan dengan penjual dan pembeli yang ada di Kawasan Bosowasi, sehingga pasar-pasar tradisional tersebut menjadi penggerak utama perekonomian rakyat di kawasan tersebut. Artinya, pasar-pasar tradisional menjadi poros hubungan antar daerah di Kawasan Bosowasi, yakni masyarakat di Kawasan Bosowasi menjadikan pasar-

pasar tradisional tersebut sebagai media distribusi antar masyarakat untuk saling mensuplai barang dan jasa yang mereka butuhkan.

## **2. Ekonomi**

Komponen ekonomi terdiri dari enam indikator. Keenam indikator tersebut, yaitu: Pertumbuhan, pemerataan, produksi dan konsumsi, pendapatan daerah, pendapatan masyarakat, dan kesempatan kerja. Hasil wawancara tentang keenam indikator tersebut dapat disajikan datanya sebagai berikut:

### **a. Pertumbuhan**

Para informan mengatakan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Mereka adalah para petani, nelayan, pengrajin dan industri rakyat yang sangat menyandarkan hidupnya kepada pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Meskipun harus bersaing dengan pasar modern, pasar-pasar tradisional tersebut masih tetap menjadi salah satu segmen ekonomi yang sangat diandalkan oleh masyarakat dan pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi. Pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi, yang masih memiliki masyarakat dengan daya beli yang rendah sangat mengandalkan keberadaan pasar-pasar tradisional tersebut untuk memenuhi kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menjadi salah satu bagian yang ikut mempengaruhi perputaran roda perekonomian di kawasan tersebut melalui retribusi toko, kios, los, dan lapak pedagang dan pungutan parkirnya. Kelihatannya, pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi memiliki peran signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di kawasan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah PAD kawasan tersebut setiap tahunnya yang diperoleh dari retribusi pelayanan pasar, 42 % retribusi pelayanan pasar-pasar tradisional tersebut. Peningkatan

capaian retribusi disebabkan, antara lain: Daya beli masyarakat meningkat sehingga menyebabkan terjadi peningkatan lapak-lapak pedagang dan memberikan implikasi pada peningkatan retribusi pasar, pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi menaikkan tarif yang tetap tidak membebani pedagang oleh karena daya beli masyarakat yang juga semakin meningkat.

#### b. Pemerataan

Para informan mengatakan bahwa putaran ekonomi tidak boleh terpusat di perkotaan saja, namun harus ke seluruh pelosok pedesaan dan kecamatan di daerah-daerah Kawasan Bosowasi. Karena itu, para pedagang tidak semata bertumpu di pusat-pusat pasar dalam kota, melainkan harus bergeliat hingga ke pedesaan dan kecamatan yang ada di Kawasan Bosowasi sebagai bagian upaya pemerataan perekonomian. Kelihatannya itu yang terjadi di Kawasan Bosowasi, artinya pengembangan usaha masyarakat di kawasan tersebut sekarang ini muncul dari pedesaan dan kecamatan. Atas dasar hal tersebut, maka pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi terus mendorong pengembangan pemerataan tersebut dengan menyediakan sarana dan prasarana dan merevitalisasi pasar-pasar tradisional. Tujuan dibangunnya pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi adalah sebagai denyut perekonomian rakyat yang bermukim di desa dan kecamatan, sehingga tidak terjadi sentralisasi pasar. Wilayah kota sudah sangat padat, oleh karena itu pasar-pasar tradisional tersebut dibutuhkan untuk menampung transaksi antara pedagang dan pembeli masyarakat di Kawasan Bosowasi.

#### c. Produksi dan Konsumsi

Para informan mengatakan bahwa sebagai perantara untuk menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, maka pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi harus menjadi wadah vital untuk menampung kegiatan ekonomi masyarakat. Kegiatan jual beli di pasar-pasar tersebut akan berjalan dengan baik bila suplai barang

dan jasa juga berjalan dengan lancar. Keterlambatan akan suatu barang atau jasa akan mengakibatkan kelangkaan akan suatu barang. Bagi produsen peran pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sangat vital karena sebagai tempat untuk mempromosikan hasil produksi atau jasa mereka. Selain itu pasar juga menjadi tempat untuk memperlancar penjualan hasil produksi. Dengan adanya pasar-pasar tersebut, pembeli akan dapat dengan mudah mendapatkan barang yang mereka inginkan dari produsen tanpa harus mendatangi tempat produksi. Selain itu, pasar-pasar tersebut juga memudahkan produsen untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan dalam proses produksi. Bagi konsumen, pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi juga memiliki peran yang sama penting yaitu sebagai tempat untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan. Konsumen tidak perlu mendatangi tempat produksi atau pabrik untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan karena adanya pasar-pasar tersebut. Sehingga semakin banyak pasar tradisional yang dibangun di Kawasan Bosowasi, maka semakin mudah bagi para konsumen di kawasan tersebut untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan.

#### d. Pendapatan Daerah

Para informan mengatakan bahwa dalam rangka menaikkan pendapatan daerah, pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi telah melakukan revitalisasi sebagian dari pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut dalam rangka menciptakan kawasan publik yang berkualitas. Dampak dari revitalisasi tersebut ternyata dapat meningkatkan potensi retribusi pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kawasan Bosowasi. Peningkatan terjadi pada penerimaan retribusi dari tarif pengelolaan dan penyewaan kios sebesar 7,63% dan pengelolaan kebersihan, keamanan dan ketertiban yang masing-masing meningkat sebesar 16,9%. Oleh karena itu, revitalisasi menjadikan kondisi fisik gedung yang lebih



tertata rapih dan bersih sehingga dapat meningkatkan pengunjung yang datang ke pasar-pasar tradisional tersebut, dan hal ini berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan dari retribusi pasar. Hal lain yang paling menarik adalah bahwa pada awalnya disumsikan bahwa pasar modern yang menyediakan fasilitas yang bagus, masyarakat akan cenderung berbelanja di pasar modern tersebut dari pada di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sehingga bisa memberikan retribusi yang besar terhadap pendapatan daerah di Kawasan Bosowasi. Akan tetapi besar kontribusinya tidak diketahui secara jelas karena bentuk retribusinya adalah retribusi perijinan sebelum mendirikan pasar modern, yakni melalui Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Ijin Gangguan (HO). Dalam perijinannya pengusaha pasar modern hanya menggunakan nama pribadi dan tidak menggunakan nama usahanya. Sedangkan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi berkontribusi secara signifikan terhadap pendapatan daerah di kawasan tersebut sebagai disebutkan di atas.

#### e. Pendapatan Masyarakat

Para informan mengatakan bahwa peningkatan pendapatan masyarakat merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat melalui adanya peningkatan daya beli keluarga untuk membiayai kebutuhan sehari-hari keluarga baik kebutuhan dasar, kebutuhan sosial. Pendapatan masyarakat baik meningkat maupun menurun secara nyata berhubungan erat dengan kebutuhan hidup dalam pemenuhannya. peningkatan pendapatan per kapita peningkatan pendapatan per kapita masyarakat perdesaan tersebut tidak lepas dari peran pasar-pasar tradisional yang ada di Kawasan Bosowasi. Pasar-pasar tersebut memberikan banyak peluang peningkatan kepada masyarakat perdesaan tersebut dalam memanfaatkan keberadaan tradisional tersebut yang ada di daerahnya, misalnya mereka bisa berdagang di pasar-pasar tersebut.

Keberadaan pasar-pasar tersebut sejak dulu tidak bisa tergantikan walaupun kompetisi datang dari pasar-pasar modern yang semakin ramai. Bahkan, dapat dikatakan Keberadaan pasar tradisional merupakan bentuk ekonomi rakyat yang nyata. Semakin banyak pasar tradisional, semakin merata pendapatan masyarakat.

#### f. Kesempatan Kerja

Para informan mengatakan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi merupakan mata rantai kehidupan masyarakat di pedesaan dan kecamatan. Pedagang, kuli, tukang parkir hingga preman adalah sebuah mata rantai yang tidak terputus. Pasar tradisional juga bukan hanya sekedar tempat untuk bertransaksi, namun juga sebagai rumah besar yang mampu menghidupi banyak orang mulai dari preman-preman pasar hingga kuli-kuli barang-barang pasar yang bisa dimanfaatkan. Tuntutan pekerjaan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi tidak terlalu mensyaratkan sesuatu yang tidak dimiliki oleh pelaku pasar umumnya baik berupa ketrampilan, keahlian bahkan modal yang mencukupi. Profesi sebagai pedagang pasar tidak memerlukan keahlian yang tinggi, namun diperlukan kiat-kiat tersendiri agar mereka tetap eksis dalam persaingan perdagangan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, yakni kiat-kiat untuk bisa merundingkan harga ketika menjual dan membeli, serta kemampuan untuk bisa mempertahankan reputasi sebagai bagian yang mampu membayar sesuai dengan harga yang disepakati. Gambaran ini menunjukkan bahwa untuk menjadi pedagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi tidak diperlukan pendidikan tinggi dan keahlian khusus. Sebagai modal utamanya adalah keinginan kuat untuk datang ke pasar-pasar tersebut dan berupaya mengembangkannya dalam memperoleh penghasilan di pasar-pasar tersebut.

### 3. Sosial Budaya

Komponen sosial budaya terdiri dari empat indikator. Keempat indikator tersebut terdiri dari: Pengentasan kemiskinan, pemberdayaan masyarakat, peran serta masyarakat, dan pembinaan kelembagaan. Hasil wawancara tentang keempat indikator tersebut dapat disajikan datanya sebagai berikut:

#### a. Pengentasan Kemiskinan

Para informan mengatakan bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi merupakan salah satu jantung perekonomian masyarakat. Kedudukan pasar-pasar tersebut masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat di Kawasan Bosowasi. Banyak masyarakat di Kawasan Bosowasi yang masih membutuhkan pasar-pasar tersebut dalam mencari pendapatan dan juga kebutuhan dalam transaksi jual beli. Peran pasar-pasar tersebut sebenarnya sangat vital bagi perekonomian di wilayah Bosowasi. Selain menjadi pondasi dasar perekonomian di wilayah tersebut, pasar-pasar tradisional juga dapat digunakan untuk memaksimalkan hasil bumi dan laut yang dikelola para petani dan nelayan di Kawasan Bosowasi. Oleh karena itu, jika harkat martabat dan kehidupan para petani dan nelayan bisa diangkat, maka kemiskinan dapat diatasi. Aktivitas ini berawal dari desa, mulai dari petani, nelayan, pedagang. Jumlah masyarakat yang berprofesi sebagai petani atau nelayan sangat besar, maka jika kelompok tersebut menjadi sektor strategis dalam membangun ekonomi di Kawasan Bosowasi, maka pertumbuhan ekonomi akan tercipta di kawasan tersebut sehingga kemiskinan juga akan berkurang dengan sendirinya.

#### b. Pemberdayaan Masyarakat

Para informan mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat di Kawasan Bosowasi diarahkan untuk mengubah pola perilaku masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian mereka melalui empat aspek yaitu, perlindungan sosial, peningkatan

kapasitas, peningkatan aksesibilitas dan pemanfaatan potensi lokal. Di bidang perlindungan sosial dan ekonomi, pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk menanggulangi masalah bencana alam, penyandang masalah kesejahteraan sosial dan bantuan kepada masyarakat miskin, termasuk didalamnya fasilitas pembentukan BUMDes dan pengembangan kawasan perdesaan. Di bidang peningkatan kapasitas, pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk menanggulangi masalah sumber daya aparatur pemerintahan desa dan BPD, masalah kesehatan, pendidikan, kesejahteraan dan infrastruktur pendukung. Di bidang peningkatan aksesibilitas, diarahkan untuk menyediakan akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi dan akses terhadap pembiayaan, dan di bidang pemanfaatan potensi lokal, pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk menyediakan seperangkat teknologi tepat guna sesuai potensi lokal, membangun pasar-pasar tradisional untuk menciptakan aktifitas ekonomi masyarakat pedesaan dan kecamatan di Kawasan Bosowasi. Artinya, pasar-pasar tradisional tersebut merupakan salah satu pendorong terciptanya pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan potensi yang ada di pedesaan dan kecamatan.

### c. Partisipasi Masyarakat

Para informan mengatakan bahwa di Kawasan Bosowasi, masyarakat dianggap paling mengetahui potensi, kondisi, masalah, kendala, dan kepentingan mereka sendiri, karena itu dalam mengembangkan pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut partisipasi mereka sangat dibutuhkan sehingga distribusi dan alokasi faktor-faktor produksi dapat dilaksanakan secara optimal di pasar-pasar tersebut, demikian juga untuk pencapaian sasaran peningkatan produksi dan pendapatan masyarakat, perluasan lapangan kerja atau pengurangan pengangguran. Perencanaan program pembangunan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi disusun sendiri oleh masyarakat. Partisipasi masyarakat tersebut dapat menjamin

aktivitas pasar-pasar tradisional terlaksana dengan baik. Demikian juga peran serta mereka dalam pengawasan setiap aktivitas di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, sehingga aktivitas pasar-pasar tradisional tersebut dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

#### d. Pembinaan Kelembagaan

Para informan mengatakan bahwa dalam persaingan dengan pasar modern, pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi tidak memiliki fleksibilitas dan kaku karena kebanyakan dihuni oleh pedagang-pedagang skala kecil. Hal ini merupakan kelemahan dasar pasar-pasar tradisional yang ada di Kawasan Bosowasi, sehingga dirubah ke arah pasar-pasar tradisional yang partisipatif dan dikelola secara otonom. Penataan kelembagaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dengan model partisipatif, didasari fakta bahwa pasar-pasar tradisional tersebut mengalami kemunduran atau kegagalan di era globalisasi karena kesalahan penataan yang cenderung sentralistik tanpa melibatkan kemitraan, yakni kemitraan pedagang, pemerintah setempat, warga pasar, dan stakeholder pasar. Dalam pengelolaannya, pasar-pasar tradisional yang partisipatif tersebut mengutamakan kemitraan, otonom, integratif struktural, sehingga mampu menjadi pasar-pasar tradisional yang kompetitif, mampu mensejahterakan warga pasar dan semua yang terlibat dalam jaringan pasar tradisional, mampu bersaing dengan pasar modern dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kawasan Bosowasi

#### 4. Lingkungan

Komponen lingkungan terdiri dari empat indikator. Keempat indikator tersebut, yaitu: Pengelolaan lingkungan, pelestarian lingkungan, dan pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan. Hasil wawancara tentang keempat indikator tersebut dapat disajikan datanya sebagai berikut:

#### a. Pengelolaan Lingkungan

Para informan mengatakan bahwa sampah dapat menimbulkan penyakit. Salah satu faktor yang menyebabkan permasalahan sampah yaitu partisipasi masyarakat yang kurang untuk memelihara dan membuang sampah pada tempatnya. Sampah banyak ditemukan pada tempat-tempat umum, salah satu tempat umum yang menghasilkan sampah adalah pasar-pasar tradisional. Di Kawasan Bosowasi, pasar-pasar tradisional merupakan salah satu tempat untuk melakukan transaksi jual beli yang masih menggunakan sistem tradisional, yakni interaksi dan tawar menawar terjadi secara langsung antara penjual dengan pembeli. Namun keberadaan pasar-pasar tersebut di wilayah Bosowasi sebagian besar tidak dirawat dan cenderung terbengkalai. Aktivitas di pasar-pasar tersebut menghasilkan sampah yang cukup besar yang merupakan sisa-sisa dari barang dagangan yang tidak dipakai lagi, yang berasal dari kios dan stands pedagang. Sampah tersebut belum dikelola dengan baik oleh sebagian pedagang pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, sehingga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan terhadap kesehatan bagi pedagang itu sendiri maupun pengunjung atau konsumen. Karena itu, sebagian pedagang yang berdagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi merasa bertanggung jawab terhadap hal tersebut sehingga mereka berusaha untuk memebersihkan sampah-sampah yang berserakan disekitar kios dan stands mereka untuk menciptkan kebersihan lingkungan pasar di mana mereka berdagang untuk mendapatkan penghasilan.

#### b. Pelestarian Lingkungan

Para informan mengatakan bahwa mayoritas pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi memiliki fasilitas pasar yang minim dan belum menerapkan praktik higienis dengan baik. Higini tempat/peralatan pasar-pasar tersebut merupakan syarat utama penjajaan barang dagangan di pasar-pasar tersebut terutama

terhadap produk pangan. Oleh karena itu, setiap orang yang menjalankan aktifitas usaha di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, wajib memelihara kelestarian lingkungan pasar yang serasi dan seimbang untuk menunjang keberlangsungan aktivitas pasar tersebut. Hal-hal yang dilakukan dalam melestarikan lingkungan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, antara lain: Penataan pasar, yakni salah satu upaya perbaikan dengan cara merenovasi dan memperbaiki fasilitas pasar-pasar tersebut, penempatan berbagai macam produk sesuai dengan kelompoknya, menjaga kebersihan pasar-pasar tersebut, membersihkan tempat berjualan dan sekitarnya dari sampah/sisa dagangan yang tak terpakai. Pembersihan pasar-pasar tersebut dilakukan sebelum dan sesudah berjualan sehingga tidak mengkontaminasi produk yang dijual di pasar. Pasar yang kurang bersih akan didatangi berbagai hewan perantara penyakit seperti tikus, lalat, lipas, semut, labah-labah, kucing liar, kelelawar, anjing, dll. Hal ini akan berdampak negatif terhadap produk yang dijual dipasar terutama bahan-bahan untuk pangan.

#### c. Pencegahan Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan

Para informan mengatakan bahwa pasar tradisional selama ini kebanyakan terkesan kumuh, kotor, semrawut, bau dan seterusnya yang merupakan stigma buruk yang dimilikinya. Namun demikian sampai saat ini, kebanyakan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi masih memiliki pembeli yang setia berbelanja di pasar-pasar tersebut. Memang tidak dapat dipungkiri bahwa banyak juga pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menjadi sepi, ditinggalkan oleh pembeli dan beralih ke pasar modern. Hal ini disebabkan oleh perilaku para pedagang itu sendiri. Namun demikian, ada upaya-upaya yang mereka lakukan dalam mengelola sampah agar tidak mencemari dan merusak lingkungan di wilayah tersebut. Pengelolaan yang mereka lakukan terdiri dari 3 tahapan, yaitu: Pengumpulan,

pengangkutan dan pembuangan akhir/pengolahan. Dari sumber penghasil sampah dilakukan pewadahan dilanjutkan dengan pengumpulan, pemindahan dan pengangkutan lalu dilanjutkan pembuangan di Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Sistem ini merupakan sistem manajemen pengelolaan sampah yang diterapkan dalam penanganan sampah pada sebagian pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Tempat Pembuangan Akhir (TPA) merupakan tempat pengisolasian sampah secara aman agar tidak menimbulkan gangguan terhadap lingkungan di sekitarnya. Karenanya disediakan fasilitas dan perlakuan yang benar untuk mewujudkan keamanan tersebut dengan baik.

## **E. Penguatan Pasar Tradisional**

Dalam mengumpulkan data untuk Sub-Bab ini digunakan metode FGD (*Focus Group Discussin*) dan dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2019 tentang penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi untuk pembangunan berkelanjutan. Data yang dihasilkan direduksi kedalam 19 tema. Ke 19 tema tersebut dapat disajikan datanya sebagai berikut:

### **1. Kedaulatan Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa di Kawasan Bosowasi, pasar-pasar tradisional merupakan ruang bagi masyarakat di pedesaan dan kecamatan dalam melakukan transaksi jual-beli, dan menjual hasil-hasil panen para petani, nelayan, dan hasil kerajinan tangan masyarakat sekitar. Para petani berbondong-bondong mengangkut hasil panennya berupa sayur-sayuran yang segar, buah-buahan yang berlimpah, dan harga yang sangat terjangkau. Para nelayan di wilayah pesisir Bosowasi, mengumpulkan hasil tangkapan mereka berupa ikan-ikan segar lalu didistribusikan ke pasar tradisional. Untuk mendistribusikan hasil-hasil panen dan tangkapan mereka tersebut, para pedagang tradisional pun muncul. Ini adalah



keadaulatan pasar tradisional, dan keadaulatan tersebut harus tetap dimiliki secara penuh oleh pasar-pasar tradisional tersebut. Oleh karena itu, liberalisasi perekonomian domestik yang dikuatkan dengan ritel-ritel pembelanjaan modern yang masuk ke wilayah Bosowasi menjadikan kondisi pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi hidup segan mati tak mau. Sesungguhnya di Kawasan Bosowasi pengelolaan pasar-pasar tradisional kurang diarahkan menjadi lingkungan yang sehat karena seolah-olah dibuat asal ada dari tradisi ketergantungan masyarakat untuk mendapatkan barang kebutuhan. Maklum, jika kondisi kebanyakan pasar-pasar tradisional tersebut terlihat kumuh, semrawut, penuh kriminalitas, dan tidak nyaman. Kenyataan kesemrawutan atas pasar-pasar tradisional tersebut menjadi peluang bagi para pemodal besar untuk mendirikan ritel-ritel perbelanjaan modern. Jika keadaan ini diabaikan, maka eksistensi pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, akan mendapat ancaman yang serius, yakni digeser oleh munculnya ritel-ritel perbelanjaan modern tersebut.

## **2. Kebijakan Pemerintah**

Para narasumber mengatakan bahwa salah satu cara untuk menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, yaitu dengan mengeluarkan kebijakan tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tersebut. Kebijakan itu tentunya dikeluarkan pemerintah daerah masing-masing di Kawasan Bosowasi. Kebijakan pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tradisional sudah ada, namun implementasinya secara umum dinilai belum berjalan efektif. Akan tetapi secara khusus dapat dilihat dari beberapa aspek dalam menilainya, yaitu: Aspek pemungkinan berjalan cukup efektif, aspek penguatan berjalan cukup efektif, aspek perlindungan berjalan kurang efektif, aspek penyokongan berjalan kurang efektif, dan aspek pemeliharaan berjalan kurang efektif.

Hanya dua aspek yang mendukung dari pelaksanaan kebijakan perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dan tiga aspek lainnya yang kurang mendukung kebijakan tersebut. Jadi pada umumnya kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi dalam melindungi dan memberdayakan pasar-pasar tradisional masih belum efektif. Jika demikian adanya, kebijakan tersebut perlu dikaji ulang agar bisa berjalan efektif dalam menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional.

### **3. Strukturisasi Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa untuk alasan penguatan, pasar-pasar tradisional harus terstruktur dengan baik, yakni ada pasar untuk kabupaten, ada pasar untuk kecamatan, dan ada pasar untuk desa. Strukturnya yaitu: Pasar-pasar tradisional kabupaten di wilayah Bosowasi, dapat memperkuat aspek ekonomi masyarakat di wilayah perkotaan, pasar-pasar tradisional kecamatan di wilayah Bosowasi, dapat memperkuat aspek ekonomi masyarakat di wilayah kecamatan, dan pasar-pasar tradisional desa dapat memperkuat aspek ekonomi masyarakat pedesaan di Kawasan Bosowasi. Oleh karena itu, berbagai komoditas kebutuhan pokok diproduksi oleh masyarakat di pedesaan. Jika jalur distribusinya diperpendek, maka dapat memudahkan mereka hanya berbelanja di desanya, sehingga arus perputaran uang akan terfokus di desa. Jika demikian adanya, maka suplai kebutuhan pokok akan terjamin dan mampu meningkatkan sisi ekonomi. Pasar-pasar tradisional tersebut merupakan lumbung ekonomi kerakyatan di Kawasan Bosowasi.

### **4. Revitalisasi Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa revitalisasi pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dilakukan untuk meningkatkan minat atau menarik kembali masyarakat berbelanja di pasar-pasar

tersebut karena perilaku masyarakat sekarang ini telah mengalami perubahan. Masyarakat milineal, utamanya generasi mudah saat ini, enggan berbelanja di pasar-pasar tradisional karena terkesan kumuh, dan mereka lebih memilih berbelanja di tempat-tempat yang nyaman. Jika pasar-pasar tradisional tersebut menjadi ramai, maka usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peluang untuk berkembang. Ini mengingat pengelola pasar-pasar tradisional memiliki pola kemitraan dengan UMKM. Keterlibatan pemerintah (pusat dan daerah) di sini penting, terutama bisa memicu perekonomian di wilayah Bosowasi. Oleh karena itu, pemerintah perlu terus mengembangkan pasar berdasarkan pemetaan yang lebih presisi. Misalnya, pemetaan revitalisasi pasar berdasarkan permintaan suatu wilayah. Daerah-daerah yang memiliki kepadatan penduduk lebih besar, memerlukan pasar tradisional yang lebih luas, kapasitasnya lebih tinggi. Saat ini, fungsi pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sudah mulai berkurang. Karena itu program revitalisasi pasar-pasar tradisional diperlukan untuk menjaga agar transaksi jual-beli di pasar-pasar tersebut tetap eksis. Revitalisasi pasar bisa memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Pendapatan pedagang meningkat karena masyarakat mulai kembali berdatangan dan meramaikan pasar-pasar tradisional. Di Kawasan Bosowasi, revitalisasi sebagian pasar-pasar tradisional berhasil meningkatkan omzet pasar hingga 32%. Karena itu, program revitalisasi dapat menjadikan eksistensi pasar-pasar tradisional kuat di tengah-tengah masyarakat, dan daya saingnya terhadap ritel-ritel pembelanjaan modern dapat meningkat sehingga dapat memajukan ekonomi kerakyatan.

## **5. Pengelolaan Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa pengelolaan pasar-pasar tradisional yang baik memiliki kaidah-kaidah keberhasilan. Karena itu, pengelolaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dapat

dikatakan berhasil apabila mengikuti kaidah-kaidah keberhasilan, seperti berikut ini: (1) Manajemen yang transparan. Manajemen pasar yang transparan dan professional, konsekuen dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran, (2) Keamanan. Satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni harus memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlibat dalam menjaga keamanan bersama, (3) Sampah. Sampah tidak bertebaran di mana-mana. Para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di banyak tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara selalu tidak menumpuk dan tidak membusuk karena selalu diangkut oleh armada pengangkutan sampah ke tempat pembuangan akhir secara berkala, (4) Ketertiban. Ketertiban di dalam pasar dapat tercipta jika para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan bagi para pengunjung atau pembeli, (5) Pemeliharaan. Pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan baik oleh pedagang maupun pengelola. Pedagang membantu manajemen pasar untuk memelihara sarana dan prasarana pasar seperti saluran air, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain sebagainya, (6) Pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial. Pasar yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dengan dinamika latarbelakang menjadi sarana yang penting untuk berinteraksi dan berekreasi. Hal ini akan menciptakan suasana damai dan harmonis di dalam pasar, (7) Pemeliharaan pelanggan. Para penjual harus memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga agar para pelanggan merasa betah berbelanja dan merasa terpanggil untuk selalu berbelanja di pasar. Tidak terjadi penipuan dalam hal penggunaan timbangan serta alat ukur lainnya. Harga kompetitif sesuai dengan kualitas dan jenis barang yang dijual, serta

selalu tersedia sesuai kebutuhan para pelanggan, (8) Produktifitas pasar cukup tinggi. Pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal, jika pembagian waktu pada hari-hari pasar diatur dengan tertib, misalnya: (a) Pukul 05.30 s/d 09.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kaki lima khusus makanan sarapan/jajanan pasar, (b) Pukul 04.00 s/d 17.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang kios & lapak dan penjualan makanan khas, (c) Pukul 06.00 s/d 24.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Ruko, (d) Pukul 16.00 s/d 01.00 aktifitas pasar diperuntukkan bagi para pedagang Cafe Tenda, (9) Penyelenggaraan event, yakni menyelenggarakan kegiatan peluncuran produk-produk baru dengan membagikan berbagai hadiah menarik kepada pengunjung, dan sebaiknya bekerja sama dengan pihak produsen, dan (10) Promosi. Daya tarik pasar tercipta dengan adanya karakteristik dan keunikan bagi pelanggan. Daya tarik ini harus dikemas dalam berbagai hal, mulai dari jenis barang dan makanan yang dijual hingga pada berbagai program promosi.

## **6. Pelayanan Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa pelayanan pasar tradisional dilaksanakan tidak hanya untuk mendorong perkembangan pasar secara kuantitas, namun juga memberikan pelayanan yang lebih baik sebagai wujud pertanggung jawaban secara vertikal dan horisontal. Pertanggung jawaban secara horisontal mengacu pada pertanggung jawaban secara manajerial. Sedangkan pertanggungjawaban vertikal adalah pertanggung jawaban pemerintah (pusat dan daerah) untuk menjalankan program dan kegiatan yang dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat yang dilayani. Sebagian besar pasar tradisional di Kawasan Bosowasi masih memiliki kondisi fisik kurang memadai, sekitar 60% serta diakui pula banyaknya komplain dari masyarakat akan kecepatan pelayanan, keamanan, kepastian jadwal pelayanan dan kenyamanan

lingkungan. Hal ini menunjukkan belum efektifnya pelaksanaan program/kegiatan terhadap pelayanan pasar sehingga perlu dievaluasi. Oleh karena itu, program/kegiatan untuk memenuhi ekspektasi masyarakat akan pelayanan yang lebih baik terhadap masyarakat di pasar-pasar tradisional di Kasawan Bosowasi, harus diprioritaskan.

## **7. Kebersihan Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa hingga saat ini, di Kawasan Bosowasi keberadaan pasar tradisional masih menjadi tulang punggung rantai perdagangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Beberapa di antara pasar tradisional di Kawasan tersebut, berkembang ke arah pasar modern untuk mengikuti tuntutan perkembangan zaman, termasuk menyesuaikan diri sesuai dengan keinginan dari pembeli seperti bisa berbelanja di pasar yang kondisinya bersih, indah dan nyaman. Atas dasar pertimbangan tersebut, pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi terus berupaya berbenah meningkatkan mutu dengan melakukan penataan pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut, pengawasan, dan evaluasi baik dari segi infrastruktur maupun peningkatan kualitas mutu produk yang dijual. Khusus terkait dengan kebersihan pasar, para pedagang harus menjaga kebersihan meskipun ada petugas kebersihan pasar terutama kebersihan di lokasi tempat berjualan dan produk-produk yang dijual. Jika ada sisa dari hasil penjualan, misalnya sampah organik harus dibuang ke tempat sampah atau dikumpulkan dulu agar tidak berserakan dan mengganggu kenyamanan pembeli. Bagi masyarakat, tindakan partisipatif yang paling mudah dan nyata yang dapat dilakukannya dalam menjaga kebersihan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, adalah tidak membuang sampah, pembungkus, puntung rokok, bungkus permen, dll. secara sembarangan di lingkungan pasar-pasar tradisional.

## **8. Keamanan Pasar**

Para narasumber mengatakan bahwa dalam mencegah tindakan kriminalitas dengan sasaran barang dan orang, personil di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, unit keamanan pasar-pasar tersebut bekerja sama dengan kepolisian setempat untuk melakukan pengawasan dan pemantauan. Pemantauan dan pengawasan dilakukan terhadap terhadap orang dan barang di area dalam pasar. Pemantauan dan pengawasan tersebut dilakukan untuk mempersempit ruang gerak pelaku kejahatan yang menjadikan sepeda motor maupun pengunjung pasar sebagai sasaran kejahatan. Para pedagang merasa sangat nyaman berjualan karena ada petugas keamanan yang menyambangi mereka sehingga mereka tidak takut ada pencurian dan perampokan. Hanya saja kegiatan pengawasan dan pemantauan tersebut belum maksimal dilakukan disebabkan karena personil keamanan yang ditugaskan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sangat terbatas jumlahnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya lain, misalnya memasang CCTV di pasar-pasar tersebut dalam memantau dan mengawasi aktivitas yang berlangsung di pasar-pasar tradisional, namun hampir semua pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi belum disediakan fasilitas tersebut, padahal sangat membantu unit keamanan pasar dalam menjalankan tugasnya.

## **9. Pembinaan Pedagang**

Para narasumber mengatakan bahwa di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, sering ada pedagang tiba-tiba tidak membuka lapaknya, padahal sudah mulai berkembang barang dagangannya. Bahkan tempat jualannya digantikan orang lain, dengan barang dagangan berbeda atau tetap sama. Ternyata pedagang tersebut terjebak dalam pusaran pinjaman dari rentenir yang menghisap penghasilan mereka dengan memberi iming-iming kredit uang secara

lunak tanpa jaminan. Selain itu juga ada pedagang yang pola hidupnya konsumtif, mudah terpengaruh oleh bujuk rayu manis para rentenir, yang menawarkan jasanya secara masif ditengah pasar. Aktivitas para rentenir tersebut tidak langsung mendatangi pedagang yang kesulitan modal, tapi diawali dengan iming-imingan pinjaman cepat cair tanpa jaminan. Atas dasar ini, perlu dilakukan kegiatan pembinaan kepada para pedagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, agar mereka tetap eksis dalam menjalankan usahanya di pasar. Kegiatan pembinaan kepada mereka bisa dalam bentuk penambahan wawasan dan motivasi mereka tentang dunia usaha, penambahan pengetahuan mereka tentang cara pengelolaan asset yang telah diberikan sebagai modal utama dalam berusaha, kedisiplinan dalam menjalankan usaha mereka di pasar, kerjasama antar pelaku usaha di pasar-pasar tradisional, pembentukan koperasi pasar atau bank pasar untuk membantu permodalan mereka dalam meningkatkan usahanya di pasar-pasar tradisional di mana mereka berdagang.

#### **10. Transaksi yang Bertanggungjawab**

Para narasumber mengatakan bahwa banyak masyarakat di Kawasan Bosowasi yang setiap harinya bekerja sebagai pedagang, khususnya di pasar-pasar tradisional. Beragam transaksi perdagangan, yang mereka lakukan mulai dari pedagang sayur, pakaian, sembako, makanan, dan sebagainya. Transaksi tersebut dilakukan sepanjang hari-hari pasar berlangsung, namun sebagian perilaku pedagang di pasar-pasar tradisional tersebut tidak sesuai dengan etika transaksi yang benar, seperti tidak jujur dalam bertransaksi. Adapun perilaku yang tidak sesuai dengan etika transaksi yang benar tersebut dimaksudkan agar produk yang dijual oleh mereka bisa laku dan mendapat keuntungan yang tinggi. Hal ini tidak boleh dibiarkan terjadi, mereka harus dituntut untuk bertanggung atas setiap transaksi yang tidak benar yang dilakukan



oleh mereka, seperti bertanggung jawab atas kelalaian yang dilakukan, yakni menyembunyikan cacat barang yang dijualnya, misalnya cacat pakaian yang tersembunyi. Bentuk tanggung jawab mereka, yaitu dengan cara mengganti kerugian pembeli atas cacatnya yang tersembunyi, dengan mengganti pakaian yang sama, dengan mengembalikan sejumlah uang yang sesuai dengan harga pakaian tersebut, serta mengembalikan uang pembeli dengan potongan yang ditentukan oleh penjual. Dalam hal ini penjual yang menentukan bentuk ganti rugi kepada pembeli. Permasalahan ini sering terjadi di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dalam transaksi jual beli. Oleh karena itu, penjual diwajibkan untuk bertanggung jawab atas cacat tersembunyi pada barang dagangan atau produk yang dijualnya. Wajarlah apabila segala tingkah laku dan perbuatan mereka harus dipertanggung jawabkan kepada masyarakat.

### **11. Perlindungan Hukum**

Para narasumber mengatakan bahwa konflik yang sering terjadi di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi disebabkan oleh pelanggaran aturan-aturan pemerintah daerah, yakni pelanggaran aturan tentang penataan dan pembinaan ritel-ritel perbelanjaan modern yang mengakibatkan konflik antar pedagang pasar tradisional maupun dengan warga masyarakat sekitarnya. Selain itu juga disebabkan adanya unsur superior dan inferior yang menimbulkan kesenjangan antara ritel-ritel perbelanjaan modern dengan pasar-pasar tradisional dan mengakibatkan terjadinya konflik. Cara preventif yang digunakan untuk menyelesaikan konflik antara pasar tradisional dengan ritel-ritel perbelanjaan modern, adalah ritel-ritel perbelanjaan modern tersebut harus mematuhi peraturan yang berlaku, menjual barang dagangan dengan jenis berbeda di pasar-pasar tradisional, memiliki hubungan kerja yang baik dengan pedagang pasar tradisional dan pedagang kecil disekitarnya, dan

membatasi jam operasionalnya. Sedangkan secara represif yaitu menutup tempat usahanya ketika belum memenuhi ketentuan dalam pendirian ritel-ritel perbelanjaan modern.

## **12. Sinergi dengan Ritel Pembelanjaan Modern**

Para narasumber mengatakan bahwa perkembangan ritel-ritel pembelanjaan modern di Kawasan Bosowasi mulai mengundang kekhawatiran bagi pelaku perdagangan kecil dan mikro di pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut. Mereka beranggapan bahwa penetrasi pasar yang dilakukan ritel-ritel pembelanjaan modern dengan membuka jaringan distribusi sampai ke level kecamatan bisa mematikan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sebagai jalur distribusi utama perekonomian kecil dan mikro. Pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dianggap sebagai pertahanan terakhir ekonomi mikro, kecil dan menengah yang menguasai hajat hidup masyarakat kelas menengah-bawah di Kawasan Bosowasi. Karena itu, eksistensi pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut adalah sebuah bagian dari struktur sosial dan ekonomi masyarakat Bosowasi yang harus dipertahankan. Pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi sebenarnya sudah berusaha mengantisipasi persaingan tidak sehat antara pasar-pasar tradisional dengan ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut. Pasar-pasar tradisional tersebut diberdayakan dengan mengubah penampilan fisik dan penambahan fasilitas. Hanya model pelayanan atau jenis transaksinya yang dipertahankan dengan maksud untuk tetap menjaga relasi sosial yang muncul dari pola transaksi ekonomi dalam pasar-pasar tradisional. Namun, dalam banyak kasus, ritel-ritel pembelanjaan modern mempunyai keunggulan dari sisi pelayanan, penampilan bersih, lengkapnya barang dagangan, dan harga yang murah. Sesungguhnya, ide pembatasan jumlah ritel-ritel pembelanjaan modern di Kawasan Bosowasi bisa saja dilakukan, tetapi bisa saja ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut akan mengubah strategi pemasaran mereka,

misalnya dengan membeli jaringan distribusi pasar-pasar tradisional atau mereka justru masuk dengan nama berbeda ke dalam jaringan pasar-pasar tradisional. Strategi ini di beberapa tempat sudah dilakukan dan mereka berhasil. Oleh karena itu, ide alternatif yang bisa dilakukan adalah mensinergikan pasar tradisional dengan ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut. Jika keduanya disinergikan, maka kehadiran ritel-ritel pembelanjaan modern tidak lagi menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang kecil terutama di pasar-pasar tradisional, tetapi justru sebaliknya, akan menjadi salah satu pilar untuk pembinaan UMKM yang lebih maju.

### **13. Penggunaan Media Online**

Para narasumber mengatakan bahwa kondisi yang menjadikan para pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menjadi stagnan adalah kultur mereka yang tidak ambisius, dan keyakinan mereka bahwa rezeki tidak akan pernah tertukar. Jika kondisi ini tidak diubah, eksistensi mereka menjadi terancam atas kehadiran pasar online di tengah-tengah mereka. Karena itu, mereka dihimbau untuk melek teknologi dan mau melakukan inovasi. Media sosial bisa dimanfaatkan untuk memasarkan barang dagangan mereka secara online dan sangat efektif jika dibandingkan dengan penjualan secara offline yang mereka lakukan selama ini di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Media sosial tersebut sangat penting untuk tujuan promosi, setiap hari banyak pengguna yang memakai media sosial sampai waktu yang tidak bisa ditentukan. Jika mereka ingin menggunakan media sosial untuk promosi produk dan jasa, mereka bisa membuat akun dengan menyajikan informasi yang bermanfaat dan tentunya harus berkaitan dengan produk dan jasa yang mereka pasarkan. Media sosial yang banyak digunakan untuk ajang promosi yaitu Facebook dan Instagram. Saat ini kedua media sosial ini sangat populer dan banyak digunakan untuk promosi. Facebook memiliki pengguna paling banyak dari seluruh dunia, dan Instagram telah

mampu menarik banyak peminat untuk menggunakannya. Menggunakan Facebook juga tidak bisa sembarangan, setiap media sosial tentu memiliki kebijakan yang harus diikuti oleh para penggunanya. Untuk menarik banyak peminat ke dalam media sosial, informasi yang disajikan harus menarik dan bermanfaat. Tidak boleh terburu-buru untuk mendapatkan keuntungan, melayani para follower dengan memberikan informasi yang menarik dan memiliki daya tarik. Jika sudah memiliki banyak follower, produk dan jasa yang akan dipasarkan sudah bisa diperkenalkan. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Pelayanan maksimal tersebut dapat memberikan dampak yang baik terhadap kondisi bisnis mereka.

#### **14. Penyediaan Fasilitas Umum yang Memadai**

Para narasumber mengatakan bahwa kementerian Kesehatan sebenarnya sudah memiliki standarisasi mengenai pasar yang bersih dan sehat. Standarisasi itu bisa digunakan untuk melakukan penilaian awal, fasilitas apa yang sebaiknya dibenahi terlebih dahulu. Hal yang menyenangkan dari program ini adalah bisa menggandeng pihak-pihak lain, termasuk pemerintah daerah untuk terlibat dalam program ini. Karena itu, penyediaan fasilitas umum pasar yang memadai adalah hal utama yang harus dilakukan untuk mewujudkan cita-cita pasar tradisional yang bersih, sehat dan sejahtera. Menurut standar yang dibuat oleh WHO (World Health Organization), fasilitas umum pasar memberi kontribusi bagi kesehatan dan kebersihan makanan yang dijual di pasar. Fasilitas umum pasar yang dimaksud tersebut termasuk toilet yang bersih, fasilitas cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun, pasokan air bersih diwajibkan ada untuk membersihkan peralatan dan menyiapkan dagangan, sistem pembuangan air yang dirancang untuk memenuhi semua kebutuhan pedagang, serta tempat pemanpungan sampah terpadu. Standarisasi yang dibuat WHO itu untuk memformulasikan fasilitas umum seperti

apa yang bisa dilakukan di pasar disekitar. Pembenahan fasilitas umum ini diharapkan bisa berlanjut dengan dibuatnya pemisahan area antara kios sayuran, daging, ikan, ayam dan buah-buahan, seperti yang sudah diberlakukan di beberapa pasar-pasar tradisional di negara lain. Pasar yang bersih dan sehat bukan berarti pasar itu harus mewah. Tapi kebersihannya terjaga dan adanya pemisahan area antara sayuran, buah dan daging. Ide ini dimasukkan secara perlahan-lahan pada pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dengan menjelaskan mengapa harus ada pemisahan area dan kenapa pasar itu harus bersih dan terjaga kesehatannya. Baik kesehatan pedagangnya maupun kesehatan dagangannya.

### **15. Modal Sosial**

Para narasumber mengatakan bahwa pasar tradisional termasuk di Kawasan Bosowasi, tidak hanya membutuhkan modal finansial dan modal manusia dalam mempertahankan keberadaannya, tetapi juga membutuhkan modal sosial. Kelangsungan hidup usaha di pasar-pasar tradisional tidak luput dari adanya modal sosial yang tumbuh di pasar-pasar tersebut. Pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi masih tetap bertahan di era milenial yang serba digital disebabkan karena modal sosial yang dimiliki oleh para pedagang yang berjualan di pasar-pasar tersebut. Unsur-unsur modal sosial yang mereka miliki, seperti kepercayaan (trust), jaringan (networking), dan norma (norms). Unsur modal sosial yang menonjol pada mereka, adalah kepercayaan dan norma, sedangkan untuk jaringan sosial kurang menonjol. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas pedagang merasa tidak memerlukan jaringan yang luas untuk bisa menjual barang dagangan mereka. Para pedagang hanya membuka kios atau lapak mereka sedangkan para pembeli akan datang ke pasar, mendatangi mereka dan apabila tertarik maka akan terjadi transaksi jual beli. Modal sosial yang ada pada pedagang di pasar-pasar dapat dikatakan memiliki karakteristik

atau jenis modal sosial bounding dan bridging. Jenis modal sosial bounding tampak pada adanya semacam ikatan-ikatan di antara para pedagang yaitu adanya rasa kekeluargaan, berada dalam satu tempat yang sama, yakni pasar di wilayah Bosowasi dan komunitas yang sama, yakni sama-sama pedagang. Jenis modal sosial bridging tampak pada upaya yang dilakukan oleh pedagang yang membuat jaringan dengan orang di luar komunitas mereka dalam kaitannya dengan aktivitas perdagangan mereka. Misalnya, pedagang menjalin hubungan dengan distributor atau tempat kulakan barang yang dianggap memiliki harga lebih murah.

## **16. Nilai-nilai Agama**

Para narasumber mengatakan bahwa kegiatan perdagangan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi mendorong tumbuhnya perekonomian di kawasan tersebut. Era pasar bebas telah melahirkan pemikiran konvensional yang mengutamakan pencapaian keuntungan maksimal. Pemikiran konvensional tersebut tak selaras dengan nilai-nilai dari ajaran agama Islam. Sekitar 98 % pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menganut agama Islam. Sebagai umat muslim, pedagang menjalankan kewajibannya sebagai muslim dengan melaksanakan ibadah. Ternyata, ajaran agama Islam dapat membentuk etos kerja para pedagang pasar-pasar tradisional tersebut. Pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi memiliki tingkat kesadaran agama yang baik, kegiatan perdagangan tidak lantas membuat para pedagang lupa akan kewajibannya sebagai muslim. Bagi mereka bekerja merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Pemahaman ajaran agama Islam mendorong terbentuknya etos kerja pada kalangan para pedagang di pasar-pasar tradisional tersebut. Etos kerja mereka dilandasi nilai-nilai dari ajaran agama Islam. Nilai-nilai dari ajaran agama Islam yang terdapat dalam al-Qur'an, Hadits dan Sunah Rasulullah membentuk etos kerja mereka. Melalui etos kerja Islam timbul etika Islam pada sebagian

kegiatan perdagangan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Perilaku ekonomi mereka dipengaruhi oleh pemahaman dari para pedagang mengenai nilai-nilai dari ajaran agama Islam. Relasi antara kegiatan perdagangan dan ajaran agama Islam dijumpai oleh etos kerja, etos kerja tersebut ternyata berimplikasi terhadap perilaku ekonomi para pedagang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi.

### **17. Kearifan Lokal**

Para narasumber mengatakan bahwa pasar-pasar tradisional termasuk di Kawasan Bosowasi, memiliki banyak keunggulan meskipun sering kali masyarakat memandangnya sebelah mata dengan bau yang tidak sedap menusuk hidung ataupun sampah yang menggunung. Di antara keunggulan tersebut, yaitu nilai-nilai kearifan lokal yang terdapat di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, patut dijunjung tinggi dan dipegang teguh, seperti interaksi antara penjual dan pembeli dengan rasa kebersamaan, tenggang rasa, saling asah, asih, dan asuh yang saling terikat erat. Nilai-nilai kearifan lokal lain yang ditemukan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, juga perlu dijaga dan dilestarikan, seperti sistem tawar-menawar, asimilasi budaya, hubungan silaturahmi, dan rasa percaya antara penjual dan pembeli yang timbul akibat adanya interaksi di pasar-pasar tradisional. Artinya pasar-pasar tradisional dapat terus bisa hidup karena adanya nilai-nilai kearifan lokal yang timbul di dalamnya. Oleh karena itu, pasar-pasar tradisional bukan hanya menjadi tempat transaksi jual beli melainkan menjadi pilar kebudayaan dan kearifan lokal yang berakar pada optimisme rezeki. Pilar kebudayaan dan kearifan lokal tersebut perlu dihidupkan untuk membranding pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, seperti gerakan cinta budaya sendiri dengan menanamkan budaya sejak dini di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dapat dilakukan melalui gerakan-gerakan yang kecil terlebih dahulu untuk mendapat

pengaruh besar nantinya, seperti berbelanja jajanan tradisional, menempatkannya menjadi jajanan yang dapat dikonsumsi di berbagai tempat dan acara. Dari hal-hal kecil, bisa jadi permintaan akan naik, eksistensi juga naik, bahkan omset atau pendapatan juga naik.

## **18. Pengelolaan Lingkungan**

Para narasumber mengatakan bahwa keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menimbulkan dampak negatif dan positif terhadap masyarakat sekitar sebelum adanya pasar-pasar tersebut. Dampak Negatifnya, antara lain: Pasar-pasar di Kawasan Bosowasi sering mengalami banjir akibat saluran air tersumbat, kondisi arus lalu lintas di sekitar pasar-pasar juga selalu macet akibat padatnya volume kendaraan dan kurang tertibnya pengguna jalan. Bau tak sedap akibat pengolahan limbah yang buruk dari aktivitas pedagang yang membuang sampah membusuk. Terbentuknya pemukiman kumuh yang disebabkan banyaknya permintaan permukiman, dan masyarakat kadangkala enggan mempertimbangkan kenyamanan dan keasrian lingkungan sehingga terkesan kumuh. Tumbuhan-tumbuhan banyak yang layu akibat dari efek polusi kendaraan yang banyak terjebak macet disekitar pasar. Pohon juga banyak yang ditebang untuk lahan pedagang yang bertambah. Aktivitas jual beli juga berdampak terhadap populasi manusia di kawasan tersebut terutama pada jam kerja berdagang. Udara di pasar-pasar di Kawasan Bosowasi tercemar yang diakibatkan polusi udara karena macet dan polusi udara dari pengolahan limbah tak sempurna dari banyak pedagang yang menyebabkan aroma tak sedap. Pengolahan limbah tak sempurna tersebut juga mengakibatkan air yang digunakan di pasar-pasar di Kawasan Bosowasi, sebagian terkontaminasi. Ternyata sebagian pasar-pasar di kawasan tersebut belum ramah lingkungan, pengelolaan lingkungan di area sekitar dan dalam pasar belum dikelola dengan baik, karena



itu semua pihak yang berkepentingan harus terlibat untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi.

### **19. Perhatian Generasi Muda**

Para narasumber mengatakan bahwa generasi muda dinilai sudah melupakan pasar tradisional. Para remaja lebih suka berbelanja atau sekadar jalan-jalan di pasar modern seperti supermarket dan pusat perbelanjaan. Di Kawasan Bosowasi, hal tersebut tidak semuanya benar, sebagian di antara mereka ada yang tetap suka berbelanja di pasar-pasar tradisional. Akan tetapi perlu juga disadari bahwa generasi muda yang kurang tahu kondisi dan aktivitas di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, perlu dilakukan gerakan untuk mengenalkan kembali pasar-pasar tradisional kepada generasi muda tersebut. Bentuk pengenalan kepada mereka, dapat dilakukan dengan cara menggelar sosialisasi di hari bebas kendaraan, bakti sosial, hingga pemanfaatan teknologi. Bisa juga dalam bentuk kampanye lewat media sosial seperti Twitter dan Facebook, menulis di blog, dan membuat video tentang kondisi dan aktivitas pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi bahwa ada banyak nilai di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, yang bisa diperkelakan kepada generasi muda, seperti: bangunan tua pasar tradisional yang tergolong cagar budaya, ada interaksi sosial, keakraban, dan kehangatan dalam hubungan pedagang dengan masyarakat, tawar-menawar harga yang mendekatkan pedagang dengan pembeli. Selain itu perputaran uang di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, cukup besar dan tidak kalah dari pasar modern, dan yang menikmati perputaran uang tersebut bukan pemodal besar, melainkan pelaku usaha kecil menengah. Bentuk perkenalan tersebut merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian generasi muda supaya tidak gengsi belanja di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi.





## **MODEL PENGUATAN**

### **GARIS BESAR ISI BAB**

- A. Kajian Konseptual, 105
  - 1. Studi Terdahulu, 105
  - 2. Landasan Teori, 123
- B. Kajian Faktual, 148
  - 1. Modernisasi dan Perkembangan Teknologi, 149
  - 2. Perdagangan Demokratis, 156
  - 3. Inovasi, Kemitraan dan Kebijakan, 160
- C. Konstruksi Model, 166

## **A. Kajian Konseptual**

### **1. Studi Terdahulu**

Untuk menegaskan orisinalitas buku ini, maka perlu dilakukan penelusuran dan pengkajian terhadap hasil-hasil studi terdahulu yang relevan dengan buku ini. Hasil-hasil studi terdahulu tentang pasar tradisional dapat dipetakan seperti di bawah ini:

- a. Studi tentang revitalisasi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Pradipta (2016), Adiyadnya (2015), dan Alfianita (2015).

Studi yang dilakukan oleh Pradipta (2016) dengan judul Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang terhadap Kinerja Pedagang Pasar di Kota Denpasar (diterbitkan di E-Jurnal EP Vol. 5 No. 4, 2016), menyorot pengaruh revitalisasi pasar tradisional dan sumber daya pedagang terhadap kinerja pedagang dengan obyek studi, pasar tradisional di Kota Bali. Dalam studi tersebut, Pradipta (2016) mengungkapkan bahwa revitalisasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pedagang di Kota Denpasar. Variabel revitalisasi pasar merupakan variabel yang pengaruhnya dominan terhadap kinerja pedagang di Kota Denpasar.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Adiyadnya (2015) dengan judul Analisis Tingkat Efektivitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin (diterbitkan di e-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 4 No. 1, 2015), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Efektivitas pelaksanaan program revitalisasi pasar, (2) Tingkat daya saing pasar dengan obyek studi, Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin. Dalam penelitiannya tersebut, Adiyadnya (2015) mengungkapkan bahwa program revitalisasi pasar tradisional harus diikuti oleh peningkatan kualitas pelayanan pedagang terhadap konsumen untuk menjaga kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan, kejujuran pedagang dan kualitas produk merupakan faktor yang

menentukan dalam menjaga kepuasan konsumen. Adiyadnya (2015) lebih lanjut mengatakan bahwa penelitiannya mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasbiah (2004) bahwa dengan adanya pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional akan meningkatkan pendapatan pedagang, karena dengan adanya revitalisasi pasar tradisional dapat mengatasi kelemahan utama dari pasar tradisional, yakni kenyamanan pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi.

Sementara studi yang dilakukan oleh Alfianita (2015) dengan judul *Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governance: Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang* (diterbitkan di *Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol. 3 No.5, 2015*), juga menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Pola kerjasama antar aktor dalam revitalisasi pasar dalam perspektif *good governance*, (2) Upaya yang diambil dalam merevitalisasi pasar tradisional dengan obyek studi, Pasar Tumpang Kabupaten Malang. Dalam studi tersebut, Alfianita (2015) mengungkapkan bahwa bentuk dan pola kerjasama yang terwujud dalam proses revitalisasi Pasar Tumpang (nama pasar tradisional) termasuk dalam bentuk kerjasama *written agreements* dan *joint service*. Pada proses revitalisasi Pasar Tumpang telah mengacu pada prinsip-prinsip *good governance*, di antaranya adalah akuntabilitas, partisipasi, *predictability (rule of law)*, dan transparansi. Dalam mendukung proses revitalisasi terdapat berbagai upaya, antara lain adalah aspek fisik yang berfokus pada pembangunan dan perbaikan fasilitas pasar dan aspek nonfisik yang berfokus pada pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia.

b. Studi tentang pedagang pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Zunaidi (2013), Habibah (2013), dan Sutami (2012),

Studi yang dilakukan oleh Zunaidi (2013) dengan judul *Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi* (diterbitkan di *Jurnal Sosiologi Islam Vol. 3 No.1, 2013*), menyoroti relokasi pedagang dan pembangunan pasar modern Babat

dengan obyek studi, pasar tradisional dan pasar modern di Kecamatan Babat. Dalam studi tersebut, Zunaidi (2013) mengungkapkan bahwa kehidupan sosial ekonomi pedagang tradisional Babat (nama pasar tradisional) pasca relokasi dan pembangunan pasar modern sangat bervariasi, yakni: (1) Pedagang yang menolak relokasi dan pembangunan pasar modern yakni: mengalami penurunan dalam pemenuhan kebutuhan hidup seperti kebutuhan biaya produksi, kebutuhan biaya pendidikan, kebutuhan biaya kesehatan biaya hutang. Sedangkan upaya pedagang tradisional dalam mendongkrak perekonomian khususnya bagi pedagang yang menolak untuk direlokasi dan ditempatkan pasar modern yaitu dengan cara: Pedagang tersebut tetap berjualan di luar area pasar, memanfaatkan rumah yang berada di sekitar pasar Babat sebagai tempat jualan, menambah modal melalui Bank pasar, (2) Pedagang yang mau direlokasi baik di pasar agrobis maupun di pasar modern Babat dimana Kehidupan sosial ekonomi pedagang yang menempati pasar modern Babat relatif stabil tidak jauh berbeda pada saat berdagang di pasar tradisional Babat dikarenakan pasar modern Babat baru diresmikan sehingga masih perlu banyak penyesuaian-penyesuaian dan kehidupan sosial ekonomi pedagang tradisional yang menempati pasar agrobis.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Habibah (2013) dengan judul Identifikasi Penggunaan Formalin pada Ikan Asin dan Faktor Perilaku Penjual di Pasar Tradisional Kota Semarang (diterbitkan di *Journal of Public Health* Vol. 2 No. 3, 2013), menyoroti faktor perilaku penjual di pasar tradisional dengan obyek studi, pasar tradisional di Kota Semarang. Dalam studi tersebut, Habibah (2013) mengungkapkan bahwa praktik penjualan ikan asin berformalin terdapat di beberapa pasar tradisional di Kota Semarang. Jenis ikan asin yang mengandung formalin antara lain ikan teri, layur, jambal roti, dan tiga waja. Namun Habibah (2013) mengemukakan bahwa tidak ada hubungan antara pengetahuan penjual ikan asin tentang

Bahan Tambahan Makanan (BTM) dan penggunaan formalin pada ikan asin terhadap praktik penjualan ikan asin berformalin di pasar tradisional Kota Semarang, dan juga diungkap bahwa tidak ada hubungan antara sikap penjual ikan asin tentang penggunaan formalin pada ikan asin terhadap praktik penjualan ikan asin berformalin di pasar tradisional Kota Semarang.

Lain halnya dengan studi yang dilakukan oleh Sutami (2012) dengan judul Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional (diterbitkan di Jurnal BioKultur, Vol. 1 No. 2, 2012), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Kendala yang dihadapi para pedagang tradisional, dan (2) pola strategi rasional pedagang tradisional untuk kelangsungan usahanya dan mendapatkan keuntungan dengan obyek studi, Pasar Kapasan Baru. Dalam studi tersebut, Sutami (2012) mengungkapkan bahwa strategi rasional para pedagang pasar tradisional dilakukan dengan berbagai cara, yaitu: (1) relasi dengan tengkulak, (2) relasi dengan konsumen, (3) relasi antar sesama pedagang, (4) relasi dengan petugas pasar, (5) kerja keras pedagang, (6) penghematan pedagang, dan (7) religi para pedagang. Selain itu didorong pula oleh sikap wirausaha terhadap dunia perdagangan. Terkait dengan pertumbuhan jumlah pedagang yang tiada hentinya, Sutami (2012) mengungkapkan bahwa hal tersebut harus dibarengi dengan perluasan tempat, meningkatkan persaingan, baik memasarkan barang maupun mendapatkan konsumen. Akan tetapi peningkatan persaingan tersebut dapat menurunkan harga barang dagangan. Mereka selalu bekerja keras setiap hari di pasar bahkan sangat taat beribadah kepada Allah SWT.

- c. Studi tentang pengelolaan pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Widyasari (2016), Nurhayati (2014), dan Bayuseno (2009).

Studi yang dilakukan oleh Widyasari (2016) dengan judul Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Bangsri di Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara

(diterbitkan di *Journal of Public Policy and Management Review*, Vol. 5 No. 2, 2016), menyoroti perumusan strategi peningkatan pengelolaan pasar tradisional dengan obyek studi, Pasar Tradisional Bangsri. Dalam studi tersebut, Widyasari (2016) mengungkapkan bahwa strategi dalam pengelolaan Pasar Bangsri (nama pasar tradisional) oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar dikoordinasikan kepada SKPD terkait, pengelola Pasar Bangsri dan pedagang dinilai cukup efektif, namun pada kenyataannya strategi yang difokuskan pada perbaikan sarana prasarana belum sepenuhnya berjalan optimal. Hal ini dikatakan oleh Widyasari (2016) bahwa rencana rehabilitasi total di Pasar Bangsri belum terealisasi, melainkan hanya perbaikan-perbaikan yang tidak merata diseluruh bagian Pasar Bangsri karena keterbatasan anggaran. Untuk itu diperlukan perencanaan strategi yang baru untuk meningkatkan pengelolaan Pasar Bangsri yang lebih baik.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Nurhayati (2014) dengan judul *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah untuk Mufakat* (diterbitkan di *Jurnal BENEFIT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 18 No. 1, 2014), menyoroti cara pengelolaan pasar tradisional untuk menghasilkan solusi menang-menang bagi semua pihak yang terkait dengan obyek studi, pasar tradisional di Kota Yogyakarta. Dalam studi tersebut, Nurhayati (2014) mengungkapkan bahwa pengelolaan pasar tradisional tidak sama dengan yang modern. Pasar tradisional memiliki karakteristik unik. Meskipun pertumbuhan pasar tradisional jauh tertinggal secara kuantitatif dan kualitatif dengan modern, namun eksistensi pasar tradisional dianggap sebagai masih dibutuhkan oleh masyarakat bahkan memiliki potensi yang cukup baik dalam mengembangkan ekonomi lokal. Cara-cara mengelola pasar tradisional untuk menghasilkan solusi menang-menang bagi semua pihak yang terkait, yaitu, konsumen puas, pedagang memiliki penghasilan yang lebih baik, dan pemerintah daerah dapat meningkatkan pendapatan dari sumber daya lokal. Atas dasar ini,



maka pasar tradisional dapat bertahan dari persaingan, dan berkembang dengan baik.

Lain halnya dengan studi yang dilakukan oleh Bayuseno (2009) dengan judul Penerapan dan Pengujian Model Teknologi Anaerob Digester untuk Pengolahan Sampah Buah-Buahan dari Pasar Tradisional (diterbitkan di Jurnal ROTASI, Vol. 11 No. 2, 2009), menyoroti pengaruh daya Tarik pasar terhadap preferensi konsumen dengan obyek studi, Pasar Karangayu. Dalam studi tersebut, Bayuseno (2009) mengungkapkan bahwa daya tarik yang menjadikan Pasar Karangayu (nama pasar tradisional) lebih disukai oleh masyarakat, adalah variasi barang, harga barang, kondisi fisik pasar, dan fasilitas umum. Karena itu, jika pasar tradisional memiliki daya tarik, maka ia akan lebih disukai dari pasar yang kurang memiliki daya tarik.

d. Studi tentang eksistensi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Andriani (2013), Kristiningtyas (2012), dan Pramudyo (2010).

Studi yang dilakukan oleh Andriani (2013) dengan judul Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta (diterbitkan di Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota) Vol. 2 No. 2, 2013), menyoroti kondisi keberadaan pasar tradisional dengan obyek studi Pasar Legi dan Pasar Mojosongo di Kota Surakarta. Dalam studi tersebut, Andriani (2013) mengungkapkan bahwa banyak variabel penentu eksistensi pasar tradisional, namun variabel kunci sebagai penentu eksistensi pasar tradisional terletak pada modal sosial karena perannya yang begitu besar dan mengalahkan variabel yang lainnya dalam menentukan eksistensi pasar tradisional.

Studi yang sama dengan Andriani, juga dilakukan oleh Kristiningtyas (2012) dengan judul Eksistensi Pasar Tradisional Ditinjau dari Konsep Geografi, Interaksi Sosial dan Perilaku Produsen-Konsumen (diterbitkan di Journal of Educational Social Studies Vol. 1

No. 2, 2012), menyoroti eksistensi pasar tradisional ditinjau dari konsep geografi, interaksi sosial dan perilaku pedagang-pembeli dengan obyek studi, pasar tradisional di Desa Glonggong Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati. Dalam studi tersebut, Kristiningtyas (2012) mengungkapkan bahwa modal sosial bagi pedagang perlu di kembangkan secara terus menerus demi kelangsungan usaha perdagangannya. Unsur kepercayaan, unsur tukar kebaikan, unsur norma dan unsur nilai menunjukkan hasil yang positif. Unsur-unsur tersebut dapat menjadi modal bagi terealisasinya kondisi dan eksistensi pasar tradisional desa Glonggong. Pedagang dalam bertindak perlu memperhatikan unsur pemilihan produk yang baik supaya laku terjual (*Product*), penetapan harga jual dari harga beli sehingga memperoleh laba dengan tawar menawar (*Price*) dan pemilihan tempat yang cocok untuk berjualan menyangkut fasilitas dan lokasi yang strategis (*Place*).

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Pramudyo (2010) dengan judul Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta (diterbitkan di Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. 2 No. 1, 2014), menyoroti kekhawatiran akan keberlangsungan usaha pasar tradisional dimana banyak pedagang kecil yang menggantungkan hidupnya di situ dengan obyek studi, pasar tradisional di Kota Yogyakarta. Dalam studi tersebut, Pramudyo (2010) mengungkapkan bahwa diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dari pemerintah sebagai pembuat dan pengambil kebijakan dengan dukungan masyarakat termasuk para pedagang yang berjualan di pasar tradisional untuk dapat mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Dengan regulasi atau aturan dan kebijakan yang melindungi pasar tradisional, adanya revitalisasi, perbaikan pengelolaan, peningkatan kualitas layanan dan inovasi serta peran serta masyarakat, maka pasar tradisional dapat bertahan dari gempuran pusat perbelanjaan dan pasar modern yang semakin gencar.

e. Studi tentang pengembangan pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Ariyani (2018), Nugroho (2016), dan Susanti (2014).

Studi yang dilakukan oleh Ariyani (2018) dengan judul Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial (diterbitkan di Jurnal Analisa Sosiologi, Vol. 3 No.1, 2018), merupakan studi pustaka. Studi ini menyoroti perubahan sosial pada pasar tradisional dan dalam menganalisis perubahan sosial yang terjadi di pasar tradisional digunakan teori perubahan sosial dari William F. Ogburn. Dalam studi tersebut, Ariyani (2018) mengungkapkan bahwa pemasangan CCTV dan billboard daftar harga sembako digital di pasar tradisional adalah suatu bentuk perubahan sosial. Perubahan sosial yang diawali dari perubahan yang bersifat material menuju ke arah immaterial. CCTV dan billboard digital adalah satu bentuk barang hasil teknologi yang dapat memudahkan manusia dalam beraktivitas. CCTV berfungsi sebagai pemantau khususnya dalam masalah tindakan kriminalitas yang ada di pasar. Sedangkan billboard harga sembako digital berfungsi untuk memproteksi harga-harga sembako agar tidak terjadi kecurangan atau kenaikan harga yang dilakukan oleh penjual di pasar.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Nugroho (2016) dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang (diterbitkan di Journal of Public Policy and Management Review, Vol. 5 No.1, 2016), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pasar tradisional, (2) perumusan strategi pengembangan pasar tradisional dengan obyek studi, pasar tradisional di Kota Semarang. Dalam studi tersebut, Nugroho (2016) mengungkapkan bahwa Faktor pendorong diperoleh dari kekuatan dan peluang sedangkan faktor penghambat diperoleh dari kelemahan dan ancaman. Adapun strategi dalam pengembangan pasar tradisional yaitu: (1) optimalisasi Pembangunan dan revitalisasi pasar tradisional dengan dilengkapi kemudahan akses bagi pengunjung

maupun pedagang, (2) Pengembangan pasar tradisional dengan memanfaatkan potensi dan ciri khas yang dimiliki, (3) Pengembangan pasar tradisional dengan melakukan kerjasama dengan investor, (4) Memfasilitasi dan menjamin kemudahan peminjaman modal bagi pedagang melalui kerjasama dengan perbankan, dan (5) Pengembangan pasar tradisional melalui promosi pasar tradisional kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi.

Studi yang sama dengan Nugroho, juga dilakukan oleh Susanti (2014) dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur (diterbitkan di Jurnal Manajemen Agrobisnis, Vol 2. No.1, 2014), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberadaan Pasar Tradisional, (2) Strategi alternatif dan prioritas dalam pengembangan strategi Pasar Tradisional dengan obyek studi, Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur. Dalam studi tersebut, Susanti (2014) mengungkapkan bahwa faktor internal yang memengaruhi keberadaan Pasar Tradisional Kertha terdiri dari 13 faktor. Sedangkan, faktor eksternalnya, terdiri dari 10 faktor. Adapun alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, yaitu: strategi “memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha”, “meningkatkan promosi Pasar Tradisional Kertha”, “kemitraan antara pengelola pasar Tradisional Kertha, pedagang dan koperasi” dan “penyuluhan untuk para pedagang”. Prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, yaitu: “memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha”.

f. Studi tentang relokasi pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Yeni (2017), Armi (2016), dan Mokoginta (2015).

Studi yang dilakukan oleh Yeni (2017) dengan judul Wilayah Pelayanan Pasar Muaralabuh Sebelum dan Sesudah Dipindahkan Lokasi Pasar di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan

(diterbitkan di Jurnal Spasial, Vol. 3 No. 2, 2017), menyoroti tiga aspek, yaitu: (1) Wilayah pelayanan, (2) Tingkat pendapatan, (3) Sarana dan prasarana dengan oyek studi, Pasar Muaralabuh di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. Dalam studi tersebut, Yeni (2017) mengungkapkan bahwa (1) Wilayah pelayanan pasar sebelum dan sesudah dipindahkan di Kecamatan Sungai Pagu pada umumnya baik, (2) Tingkat pendapatan masyarakat dilihat dari pendapatan dan pengeluaran selama satu bulan sebelum dipindahkan pasar kurang baik, sedangkan sesudah dipindahkan pasar pada umumnya baik, (3) Sarana dan prasarana sebelum dan sesudah dipindahkan pasar Muaralabuh, dilihat dari kelengkapan sarana dan prasarana pada umumnya lengkap.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Armi (2016) dengan judul Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar: Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang (diterbitkan di Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 4 No.10, 2016), menyoroti implementasi kebijakan relokasi pasar tradisional, baik saat sebelum relokasi berjalan, sedang relokasi, dan setelah relokasi dengan obyek studi, Pasar Dinoyo Ke PPS Merjosari. Dalam studi tersebut, Armi (2016) mengungkapkan bahwa relokasi Pasar Dinoyo ke PPS Merjosari memiliki dampak yang lebih condong kepada dampak sosial-ekonomi yang positif, walaupun dampak negatif juga terjadi. Untuk dampak positif ekonomi yang muncul adalah akses ekonomi yang lebih terbuka pada masyarakat merjosari, sedangkan dampak negatif ekonomi yang terjadi adalah beberapa pedagang mengalami penurunan pendapatan karena konfigurasi kios pedagang tidak sama seperti saat masih di pasar Dinoyo sehingga jika di pasar sebelumnya beberapa pedagang mendapat lokasi kios yang strategis dan pada saat relokasi mendapat kios yang tidak strategis maka akan berakibat turunnya pendapatan beberapa pedagang. Dampak sosial positif yang terjadi adalah proses interaksi di PPS Merjosari menjadi lebih luas sehingga pasar menjadi ramai dikarenakan lokasi PPS Merjosari dekat dengan tiga kelurahan

berbeda. Sedangkan dampak sosial negatif yang terjadi adalah mengenai sampah pasar yang menumpuk di pinggir jalan sehingga mengganggu kenyamanan pengguna jalan.

Lain halnya dengan studi yang dilakukan oleh Mokoginta (2015) dengan judul Persepsi Masyarakat terhadap Relokasi Pasar Tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara (diterbitkan di Jurnal SPASIAL, Vol. 2 No. 2, 2015), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Tanggapan masyarakat dan pedagang mengenai masalah relokasi pasar tersebut, (2) Strategi yang bisa meramaikan pasar baru dengan obyek studi, pasar tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara. Dalam studi tersebut, Mokoginta (2015) mengungkapkan bahwa masyarakat dan pedagang menginginkan adanya perbaikan akses menuju lokasi pasar yaitu dengan menyediakan terminal di Pasar Genggulang serta sarana dan prasarana yang lengkap. Sedangkan strategi untuk melakukan upaya pengembangan dan perlindungan butuh adanya pengelolaan pasar tradisional pada Pasar Genggulang antara lain memperhatikan (1) Pembinaan dan pengawasan pasar tradisional lama dan baru, (2) Sarana dan prasarana pasar, dan (3) Perencanaan tata ruang pasar.

g. Studi tentang aspek hukum pasar tradisional antara lain dilakukan oleh Seran (2014), Noor (2013), dan Bintoro (2010).

Studi yang dilakukan oleh Seran (2014) dengan judul Perlindungan Hukum Bagi Pasar Tradisional di Era Globalisasi dan Liberalisasi Perdagangan (diterbitkan di Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Vol. 43 No. 3, 2014), merupakan studi pustaka, dan menyoroti perlindungan hukum terhadap pasar tradisional agar berkembang berdampingan dengan pasar modern sebagai mitra strategis dalam menunjang pembangunan ekonomi demi terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Dalam studi tersebut, Seran (2014) mengungkapkan bahwa pasar tradisional dalam perkembangannya mulai terpinggirkan karena

kehadiran supermarket, hipermarket, minimarket, meskipun kehadirannya tersebut, di satu sisi dapat meningkatkan pertumbuhan pembangunan ekonomi dan memberi kesejahteraan bagi masyarakat, bangsa dan negara,. Oleh karena itu, perlu dilakukan penataan dan pengelolaan terhadap kedua pasar tersebut agar supaya kedua pasar ini tidak saling menyingkirkan tetapi kedua pasar ini diharapkan tumbuh dan berkembang berdangpingan, saling mendukung, saling menunjang dan sebagai mitra strategis dalam menunjang pembangunan ekonomi daeran dan nasional demi terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan pada Pancasila dan UUD 1945.

Studi yang sama dengan Seran, juga dilakukan oleh Noor (2013) dengan judul Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional: Studi tentang Pasar Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya (diterbitkan di Jurnal At-Taahdzib, Vol. 5 No.1, 2017), juga merupakan studi pustaka dan menyoroti perlindungan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi usaha kecil dan menengah harus dilakukan untuk memastikan keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Dalam studi tersebut, Noor (2013) mengungkapkan bahwa perlindungan pasar tradisional dapat dilakukan antara lain dengan cara memberlakukan zonasi keberadaan pasar modern sebagaimana ditentukan dalam Perpres No. 112 tahun 2007 dan No. 53/M-DAG/ PER/12/2008. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan cara memperketat proses perijinan dan penegakan hukum. Sedangkan metoda penegakan hukum yang dapat dipakai antara lain dengan mengajukan perusahaan 'nakal' ke meja hijau.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Bintoro (2010) dengan judul Aspek hukum zonasi pasar tradisional dan pasar modern (diterbitkan Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 10 No. 3, 2010), juga merupakan studi pustaka dan menyoroti aspek hukum zonasi pasar tradisional dan pasar modern. Dalam studi tersebut, Bintoro (2010) mengungkapkan bahwa zonasi pasar tradisional dan pasar modern

merupakan kewenangan pemerintah daerah sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penyelesaian dan Pengembangan Tradisional, Pusat Perbelanjaan Modern dan yang merupakan perwujudan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopolistik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang sehat. Jika pendirian pasar modern melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Keputusan Presiden. 112 Tahun 1999 akan dilaporkan kepada KPPU untuk diperiksa. Selain itu, dengan tidak adanya penetapan peraturan daerah tentang pasar pemerintah daerah telah menghasilkan tindakan yang melanggar hukum dan karenanya dapat dituntut oleh atau gugatan hukum warga.

h. Studi tentang konsumen pasar tradisional dilakukan oleh Karouw (2016) dan Asribestari (2013).

Studi yang dilakukan oleh Karouw (2016) dengan judul Faktor Penentu Pilihan Konsumen Komoditi Pertanian terhadap Tempat Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Manado (diterbitkan di Jurnal Agri-Sosioekonomi, Vol.12 No.1, 2016), menyoroti faktor-faktor penentu keputusan konsumen komoditi pertanian untuk berbelanja di pasar tradisional dan modern dengan obyek studi di pasar tradisional dan modern Kota Manado. Dalam studi tersebut, Karouw (2016) mengungkapkan bahwa ada dua faktor yang signifikan menentukan keputusan konsumen komoditi pertanian memilih tempat berbelanja di Pasar Tradisional atau Pasar Modern di kota Manado yaitu atmosfir dalam gerai dan pelayanan. Konsumen yang menginginkan atmosfer gerai yang tinggi, lebih memilih pergi berbelanja ke pasar modern, sedangkan konsumen yang menginginkan pelayanan yang baik, lebih memilih berbelanja ke pasar tradisional.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Asribestari (2013) dengan judul Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar



Modern terhadap Preferensi Konsumen: Studi Komparasi Pasar Karangayu dan Giant Superdome (diterbitkan di Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota), Vol. 2 No.3, 2013), menyoroti pengaruh daya tarik pasar terhadap preferensi konsumen dengan obyek studi, Pasar Karangayu dan Giant Superdome. Dalam studi tersebut, Asribestari (2013) mengungkapkan bahwa ada beberapa hal yang menjadi daya tarik Pasar Karangayu, yaitu variasi barang, harga barang dan fasilitas umum. Sedangkan daya tarik Giant Superdome adalah kenyamanan, variasi barang, harga barang, kondisi fisik pasar, fasilitas pasar. Aksesibilitas menjadi daya tarik kedua pasar namun adanya limitasi berupa pulau jalan yang memisahkan antara lajur jalan mengurangi kemudahan aksesibilitas pasar terutama bagi konsumen yang berada di seberang pasar.

- i. Studi tentang aspek sosial pasar dilakukan oleh Riyanti (2013) dan Ekomadyo (2007).

Studi yang dilakukan oleh Riyanti (2013) dengan judul Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Tradisional (diterbitkan di Jurnal Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture, Vol. 5 No.1, 2013), menyoroti relasi sosial pedagang etnis Cina dan etnis Jawa di pasar tradisional dengan obyek studi, di Pasar Tradisional Klampok Purwaja. Dalam studi tersebut, Riyanti (2013) mengungkapkan bahwa relasi di luar pasar masih terlihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas, tetapi relasi dalam pasar tampak lebih egalitarian. Pelayanan kepada para pelanggan tidak memperdulikan adanya perbedaan etnis. Secara umum, mereka dapat hidup berdampingan dengan baik, keduanya saling diuntungkan secara ekonomis. Namun stereotype etnis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ekomadyo (2007) dengan judul Menelusuri *genius loci* pasar tradisional sebagai ruang sosial urban di Nusantara (diterbitkan di Jurnal Retrieved, Vol. 2, Februari 2007), menyoroti penelusuran *genius loci* dari pasar tradisional dengan obyek studi, Pasar Legi di Solo dan Pasar Balubur di Bandung. Dalam studi tersebut, Ekomadyo (2007) mengungkapkan bahwa *genius loci* yang membentuk *place* pada pasar tradisional adalah keberadaannya sebagai ruang ekonomi sosial yang terbentuk selaras dengan sejarah dan perkembangan kota. Namun demikian, pendekatan fenomenologi arsitektur mempunyai keterbatasan untuk menangkap *genius loci* pasar tradisional yang terbentuk akibat posisinya sebagai simpul jejaring ekonomi social dengan tempat-tempat lain.

- j. Studi tentang harga barang di pasar tradisional dilakukan oleh Fardhani (2018) dan tentang saran dan prasarana pasar tradisional dilakukan oleh Devy (2009).

Studi tentang harga barang di pasar tradisional dilakukan oleh Fardhani (2018) dengan judul Prediksi Harga Eceran Beras di Pasar Tradisional di 33 Kota di Indonesia Menggunakan Algoritma Backpropagation (diterbitkan di Jurnal Infomedia: Teknik Informatika, Multimedia & Jaringan, Vol.3 No.1, 2018), menggunakan data sekunder dari BPS Indonesia dan menyoroti prediksi harga eceran beras terhitung 2017-2020 dengan menggunakan algoritma backpropagation. Dalam studi tersebut, Fardhani (2018) mengungkapkan bahwa penggunaan model arsitektur 4-45-1 dan learning rate 0.09, dapat melakukan prediksi dengan akurasi 88% dengan kesimpulan bahwa terjadi kecepatan dan hasil akurasi yang bervariasi pada 5 percobaan disetiap pengujian yang dilakukan. Karena itu, dengan hasil tersebut, pemerintah diharapkan mampu membuat kebijakan untuk menekan harga beras dipasar tradisional di 33 kota di Indonesia.

Sementara itu, tema studi yang berbeda, yakni tentang saran dan prasarana pasar tradisional dilakukan oleh Devy (2009) dengan judul Kajian terhadap Pemanfaatan Ruang di Pasar Tradisional Bulu Semarang (diterbitkan di Jurnal Teknik-UNISFAT, Vol. 5 No.1, 2009), menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang serta eksistensinya secara substansial dan spasial dengan obyek studi, Pasar Tradisional Bulu Semarang. Dalam studi tersebut, Devy (2009) mengungkapkan bahwa konsentrasi aktivitas terjadi justru di luar bangunan inti, aktivitas terbanyak terutama di ruang parkir sisi bagian timur, tempat ini didominasi oleh pedagang los dasaran yang semula menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu dengan variabel yang mempengaruhi adaptasi, visibilitas, indrawi, aksesibilitas, privasi, sosial, aktivitas, makna.

k. Studi tentang penguatan pasar tradisional dengan spesifikasi yang berbeda dari penelitian ini, dilakukan oleh Sabaruddin (2016), Aliyah (2014 dan 2017) dan tentang pembangunan berkelanjutan pasar tradisional dengan spesifikasi yang berbeda dari penelitian ini, dilakukan oleh Farhani (2014).

Studi yang dilakukan oleh Sabaruddin (2016) dengan judul Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional (diterbitkan di Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, Vol. 12 No.2, 2016), menggunakan data sekunder dan menyoroti klasifikasi tujuan pasar ekspor Indonesia dalam rangka menghasilkan sebuah clustering tujuan pasar ekspor Indonesia secara konkrit. Dalam studi tersebut, Sabaruddin (2016) mengungkapkan bahwa negara-negara yang masuk dalam kategori pasar tradisional bagi Indonesia, yaitu: Australia, Jerman, Italia, Jepang, Korea Selatan, Belanda, Malaysia, Filipina, Singapura, Inggris Raya, Amerika Serikat, dan Tiongkok (termasuk Hong Kong). Sedangkan, pada kategori pasar non-tradisional, untuk klasifikasi negara-negara ekspor sudah

berkembang, yaitu: Belgia, Perancis, India, Arab Saudi, Uni Sovyet (dan Federasi Rusia), Spanyol, Thailand, Trinidad and Tobago, dan Vietnam. Sedangkan untuk kategori pasar yang belum digarap (untapped market) adalah seluruh negara dan entitas ekonomi selain diatas (sebanyak 219 negara dan entitas ekonomi). Secara keseluruhan, hasil studi clustering tujuan pasar ekspor Indonesia ini dapat dikatakan cukup selaras dengan banyak pernyataan yang sebagaimana disampaikan oleh pejabat Pemerintahan RI.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Aliyah (2014) dengan judul Penguatan Sinergi antara Pasar Tradisional dan Modern dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan (diterbitkan di Jurnal JA! UBL, Vol. 4 No.2, 2014), menyoroti lima aspek, yaitu: (1) Pemetaan persebaran lokasi pasar tradisional dan modern, (2) Klasifikasi pasar tradisional dan pasar modern, (3) Lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern, (4) Manfaat yang akan diperoleh stakeholders pasar tradisional dan pasar modern, dan (5) Rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern dengan obyek studi pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta. Dalam studi tersebut, Aliyah (2014) mengungkapkan bahwa persebaran pasar tradisional dan pasar modern merata di seluruh Kota Surakarta. Sedangkan lingkup pelayanan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Surakarta sebagian besar adalah pasar daerah dengan lingkup pelayanan Kota Surakarta dan sekitarnya. Ada beberapa yang mencapai lingkup nasional dan internasional. Rekomendasi kebijakan tentang penguatan sinergi antara pasar tradisional dan modern di Kota Surakarta, yaitu: (1) Mengubah konfigurasi pelaku-pelaku ekonomi di dalam pasar tradisional, (2) Penyetaraan biaya distribusi barang pada pasar tradisional dan pasar modern, (3) Perlindungan hukum bagi para pedagang pasar tradisional, dan (4) Monitoring dan evaluasi peraturan daerah yang telah ditetapkan.

Studi dengan tema yang sama yang dilakukan oleh Aliyah (2017) dengan judul Strategi Penguatan Peran Pasar Tradisional Sebagai Produk Budaya di Kota Surakarta (diterbitkan di Jurnal Cakra Wisata: Jurnal Pariwisata dan Budaya, Vol. 18 No. 1, 2017), menyoroti dua aspek, yaitu: (1) Model yang tepat untuk menguatkan peran pasar tradisional dalam memberdayakan masyarakat pedagang kecil, (2) Strategi implementasi model untuk menguatkan peran pasar tradisional dalam memberdayakan masyarakat pedagang kecil dengan obyek studi pasar tradisional di Kota Surakarta. Dalam penelitian tersebut, Aliyah (2017) mengungkapkan bahwa dalam merumuskan rancangan model menuju pematapan model Service Quality Improvement Model (SQIM) terdapat beberapa catatan yang harus diperhatikan, khususnya berkaitan dengan kualitas layanan oleh pedagang kecil di pasar tradisional. Kualitas layanan oleh pedagang kepada pembeli mencakup keramahmatan, kepiawaian dan kejujuran serta kesabaran untuk memberi pelayanan terbaik dari para pedagang akan menjadi faktor utama bagi pengembangan daya tarik pasar tradisional. Strategi implementasi model SQIM disusun berdasarkan komponen penyusunan model, yaitu: Peran serta stakeholder, kualitas layanan, dan pemberdayaan pedagang kecil.

Studi dengan tema yang berbeda tentang pembangunan berkelanjutan pasar tradisional dengan spesifikasi yang berbeda dari penelitian ini, dilakukan oleh Farhani (2014) dengan judul Konsep Pengelolaan Berkelanjutan Pasar Apung Banjir Kanal Barat Kota Semarang (diterbitkan di Jurnal RUANG, Vol. 2 No. 4, 2014), menyoroti penyusunan konsepsi pengelolaan berkelanjutan pasar tradisional dengan obyek studi, Pasar Apung Banjir Kanal Barat di Kota Semarang. Dalam studi tersebut, Farhani (2014) mengungkapkan bahwa adanya keterbatasan dana dan keterbatasan teknis pengelolaan pasar apung dari pihak pemerintah. Untuk itu dibutuhkan hubungan kerjasama pemerintah-swasta dalam

pembangunan dan pengelolaan berkelanjutan pasar apung Banjir Kanal Barat Kota Semarang. Model kerjasama dengan pihak swasta yang dapat digunakan adalah Built Operation Transfer (BOT) dimana kontrak yang dilakukan selama 20 tahun. Selama kurun waktu tersebut pihak swasta melakukan pembangunan, pengelolaan, pengoperasian, pendayagunaan, dan pengambilan keuntungan, sedangkan pihak pemerintah membantu pihak swasta dalam segala hal fasilitasi dan menyiapkan tim monitoring untuk mengawasi keberlangsungan pasar apung hingga pada akhirnya pasar apung tersebut menjadi aset seutuhnya bagi pihak pemerintah setelah masa kontrak kerjasama berakhir.

Dari uraian hasil-hasil studi terdahulu di atas, dapat ditegaskan bahwa buku ini sangat berbeda dengan 31 hasil studi yang disajikan di atas. Meskipun ada hasil studi yang mirip dengan tema buku ini, yakni penguatan pasar tradisional namun spesifikasinya berbeda dengan buku ini. Studi tersebut dilakukan oleh Sabaruddin (2016), Aliyah (2014 dan 2017). Studi lain yang mirip, yaitu studi yang dilakukan oleh Farhani (2014) dengan tema pembangunan berkelanjutan pasar tradisional, namun spesifikasinya juga berbeda dengan buku ini. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa buku ini belum pernah ada studi yang membahasnya, sehingga dapat dikatakan bahwa buku ini adalah orisinal.

## **2. Landasan Teori**

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan FGD dalam menyusun buku ini, digunakan konsep dan atau teori yang relevan. Konsep dan atau teori yang digunakan, diangkat dengan berpedoman pada asumsi yang ditawarkan untuk dibuktikan. Asumsi tersebut, yaitu: (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi diyakini tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang

dipraktekan di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Konsep dan atau teori yang dimaksud dapat disajikan uraiannya seperti di bawah ini:

#### a. Konsep Struktur Sosial

Struktur sosial merupakan salah satu konsep kunci dalam ilmu sosial. Alasan menggunakan konsep ini bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi merupakan lembaga sosial yang terbentuk dalam masyarakat sehingga masyarakat sulit untuk meninggalkan lembaga yang dibangunnya sendiri tanpa ada perubahan sosial yang terjadi pada mereka sehingga memaksa mereka untuk meninggalkannya. Karena itu, konsep struktur sosial digunakan untuk membahas hal tersebut dan didukung dengan beberapa teori, juga diuraikan dalam Bab ini. Konsep struktur sosial dapat disajikan uraiannya seperti di bawah ini:

##### 1) Pengertian Struktur Sosial

Istilah struktur berasal dari kata Latin *structum* yang artinya menyusun (Abercrombie, 2011). Sekilas dapat dipahami bahwa struktur sosial adalah susunan masyarakat. Kata susunan artinya tatanan yang sistematis, dapat berbentuk vertikal atau horizontal atau kombinasi keduanya. Jika yang dipikirkan adalah struktur organisasi, maka akan ditemukan beberapa posisi dan peran yang beragam dalam sebuah struktur. Struktur masyarakat juga menggambarkan adanya beragam peran sosial yang dimainkan oleh tiap individu sebagai bagian dari kesatuan masyarakat. Dalam memainkan perannya, individu tersebut menganut nilai-nilai yang menjadi orientasinya (Johnson, 1986).

Struktur sosial menurut para ahli, antara lain dikemukakan oleh Soemardjan (1974). Menurut Soemardjan (1974) bahwa struktur

sosial itu merupakan keseluruhan jalinan antara unsur-unsur sosial yang pokok, yaitu kaidah-kaidah sosial (norma-norma sosial), lembaga-lembaga sosial, kelompok-kelompok sosial, serta lapisan-lapisan sosial. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Soekanto (1983), menurutnya bahwa struktur sosial itu merupakan jaringan dari unsur-unsur sosial pokok, yang meliputi: Kelompok sosial, kebudayaan, lembaga sosial, stratifikasi sosial, dan kekuasaan dan wewenang. Sedangkan Kornblum (2000) mengemukakan bahwa struktur sosial adalah susunan yang dapat terjadi karena adanya pengulangan pola perilaku individu. Hal yang senada juga diungkapkan oleh Parson (1939), ia mengatakan bahwa struktur sosial adalah suatu proses sosial yang melibatkan hubungan antara manusia yang membentuk suatu tingkatan. Hubungan ini terjadi secara terus-menerus sehingga masyarakat terstruktur layaknya suatu organisasi.

Dari pengertian-pengetian yang dikemukakan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa struktur sosial adalah suatu fenomena sosial yang merupakan susunan lembaga-lembaga sosial, lembaga yang dibentuk secara sengaja oleh masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan suatu keteraturan sosial dengan mengatur hubungan-hubungan antar manusia dalam rangka memenuhi berbagai macam kebutuhan hidup mereka. Keteraturan sosial ini juga merujuk pada perilaku yang diulang-ulang dengan bentuk atau cara yang sama.

Oleh karena itu, struktur sosial dapat dipergunakan untuk menggambarkan keteraturan sosial, merujuk pada perilaku yang diulang-ulang dengan bentuk atau cara yang sama, karena diartikan sebagai hubungan timbal balik antara posisi-posisi sosial dan antara peranan-peranan. Interaksi dalam sistem sosial dirumuskan secara lebih terperinci dengan menjabarkan manusia yang menempati posisi-posisi dan melaksanakan peranannya.

Soemardjan (1974) mengatakan bahwa struktur sosial itu meliputi: (1) relasi sosial antar individu, dan (2) perbedaan individu



serta kelas sosial menurut peranan sosial mereka. Sedangkan cara-cara tentang bagaimana mekanisme hubungan-hubungan itu dalam mengatur hidup segenap individu persekutuan hidup dan sifat-sifat persekutuan hidup di atas adalah merupakan fungsi sosial mereka. Konsep struktur dan fungsi itu sangat penting, karena itu suatu aktivitas akan jelas apabila dibuktikan memiliki fungsi guna memelihara struktur sosial.

Selain hal tersebut, struktur sosial suatu masyarakat sebagaimana yang diungkapkan oleh Soekanto (1983) juga memiliki berbagai tipe kelompok yang terjadi dari banyak orang dan meliputi pula lembaga-lembaga didalamnya dimana banyak orang ikut mengambil bagian, lembaga dimaksudkan sebagai hubungan-hubungan tertentu yang timbul dari aktifitas orang-perorangan atau kelompok yang hendak mencapai tujuan bersama. Struktur sosial baik menyangkut kelompok maupun lembaga berdiri pada dasar yang definitif. Pada kehidupan masyarakat yang relatif masih sederhana seperti gender, usia, kekerabat, dan kesatuan atas dasar kedaerahan dianggap merupakan dasar-dasar yang paling pokok dari suatu struktur sosial. Namun dalam masyarakat yang lebih modern, orientasi manusia dalam mengisi kehidupannya adalah mereka cenderung untuk selalu meningkatkan kualitas kehidupannya. Mekanisme yang menunjukkan kecenderungan itu adalah dengan lebih memberdayakan segenap potensi yang dimilikinya.

Dengan demikian struktur sosial itu adalah aspek sosial yang relatif statis daripada aspek prosedural atau fungsional dari sistem tersebut. Dari semua keterangan di atas, dapat dinyatakan bahwa sesungguhnya struktur sosial itu merupakan suatu jaringan dari unsur-unsur sosial pokok dalam masyarakat. Unsur-unsur pokok tersebut menurut Soekanto (1983), mencakup: (1) kelompok sosial, (2) lembaga sosial, (3) stratifikasi sosial, (4) mobilitas sosial, dan (5) kebudayaan.

## 2) Unsur-Unsur Struktur Sosial

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dalam suatu masyarakat yang tertata dalam suatu struktur yang cenderung bersifat tetap. Struktur sosial dalam kehidupan masyarakat itu diharapkan dapat berfungsi dengan baik, sehingga akan tercipta suatu keteraturan, ketertiban, dan kedamaian dalam hidup bermasyarakat. Struktur sosial tersebut dapat berfungsi sebagaimana mestinya apabila unsur-unsurnya terpenuhi.

Unsur-unsur struktur sosial menurut Loomis (1967), yaitu: (1) adanya pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki oleh para anggota masyarakat yang berfungsi sebagai alat analisis dari anggota masyarakat, (2) adanya perasaan solidaritas dari anggota-anggota masyarakat, (3) adanya tujuan dan cita-cita yang sama dari warga masyarakat, (3) adanya nilai-nilai dan norma-norma sosial yang dijadikan sebagai patokan dan pedoman bagi anggota masyarakat dalam bertingkah laku, (4) adanya kedudukan dan peranan sosial yang mengarahkan pola-pola tindakan atau perilaku warga masyarakat, (6) adanya kekuasaan, berupa kemampuan memerintah dari anggota masyarakat yang memegang kekuasaan, sehingga sistem sosial dapat berlanjut, (7) adanya tingkatan dalam sistem sosial yang ditentukan oleh status dan peranan anggota masyarakat, (8) adanya sistem sanksi yang berisikan ganjaran dan hukuman dalam sistem sosial, sehingga norma tetap terpelihara, (9) adanya sarana atau alat-alat perlengkapan sistem sosial, seperti pranata sosial dan lembaga, dan (10) adanya sistem ketegangan, konflik, dan penyimpangan yang menyertai adanya perbedaan kemampuan dan persepsi warga masyarakat.

## 3) Ciri-Ciri Struktur Sosial

Segala sesuatu pasti memiliki ciri-ciri tersendiri yang membedakan dengan sesuatu yang lain. Misalnya masyarakat desa mempunyai ciri-ciri unik, seperti gotong royong, kebersamaan, tidak

ada spesialisasi dalam pembagian kerja, dan lain-lain yang membedakan dengan masyarakat perkotaan yang cenderung individualistis dan adanya pembagian pekerjaan sesuai dengan keahlian. Begitupun juga dalam struktur sosial.

Ciri-ciri struktur sosial menurut Syani (1995) antara lain: (1) Struktur sosial mengacu pada hubungan-hubungan sosial yang dapat memberikan bentuk dasar pada masyarakat dan memberikan batas-batas pada aksi-aksi yang kemungkinan besar dilakukan secara organisatoris, (2) Struktur sosial mencakup semua hubungan sosial antara individu-individu pada saat tertentu. Artinya segala bentuk pola interaksi sosial dalam masyarakat telah tercakup dalam suatu struktur sosial, (3) Struktur sosial merupakan seluruh kebudayaan masyarakat. Artinya semua karya, cipta, dan rasa manusia sebagai anggota masyarakat merupakan aspek dari struktur sosial. Misalnya komputer, alat-alat pertanian modern, mobil, pesawat, kesenian, ilmu pengetahuan, dan lain-lain, (4) Struktur sosial merupakan realitas sosial yang bersifat statis, sehingga dapat dilihat sebagai kerangka tatanan dari berbagai bagian tubuh yang membentuk struktur. Misalnya dalam sebuah organisasi terdapat ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan seksi-seksi yang kesemuanya membentuk suatu struktur, dan (5) Struktur sosial merupakan tahapan perubahan dan perkembangan masyarakat yang mengandung dua pengertian; Pertama, di dalam struktur sosial terdapat peranan yang bersifat empiris dalam proses perubahan dan perkembangan. Kedua, dalam setiap perubahan dan perkembangan tersebut terdapat tahap perhentian, di mana terjadi stabilitas, keteraturan, dan integrasi sosial yang berkesinambungan sebelum kemudian terancam oleh proses ketidakpuasan dalam tubuh masyarakat.

Selain ciri-ciri tersebut, Syani (1995) juga mengungkapkan beberapa sifat dari struktur sosial, antara lain: (1) muncul pada kelompok masyarakat. Struktur sosial hanya bisa muncul pada

individu-individu yang memiliki status dan peran. Status dan peranan masing-masing individu hanya bisa terbaca ketika mereka berada dalam suatu sebuah kelompok atau masyarakat. Pada setiap sistem sosial terdapat macam-macam status dan peran individu. Status yang berbeda-beda itu merupakan pencerminan hak dan kewajiban yang berbeda pula, (2) berkaitan erat dengan kebudayaan. Kelompok masyarakat lama kelamaan akan membentuk suatu kebudayaan. Setiap kebudayaan memiliki struktur sosialnya sendiri. Indonesia mempunyai banyak daerah dengan kebudayaan yang beraneka ragam. Hal ini menyebabkan beraneka ragam struktur sosial yang tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Sementara hal-hal yang dapat memengaruhi struktur sosial masyarakat sebagaimana yang diungkapkan oleh Syani (1995), yaitu: (1) Keadaan geografis. Kondisi geografis terdiri dari pulau-pulau yang terpisah. Masyarakatnya kemudian mengembangkan bahasa, perilaku, dan ikatan-ikatan kebudayaan yang berbeda satu sama lain, (2) Mata pencaharian. Masyarakat Indonesia memiliki mata pencaharian yang beragam, antara lain sebagai petani, nelayan, ataupun sektor industri, (3) Pembangunan. Pembangunan dapat memengaruhi struktur sosial masyarakat Indonesia. Misalnya pembangunan yang tidak merata antara daerah dapat menciptakan kelompok masyarakat kaya dan miskin, dan (4) Dapat berubah dan berkembang. Masyarakat tidak statis karena terdiri dari kumpulan individu. Mereka bisa berubah dan berkembang sesuai dengan tuntutan zaman. Karenanya, struktur yang dibentuk oleh mereka pun bisa berubah sesuai dengan perkembangan zaman.

#### 4) Fungsi Struktur Sosial

Selain ciri-ciri yang disebutkan di atas, struktur sosial juga memiliki fungsi-fungsi. Fungsi-fungsi struktur sosial menurut Koentjaraningrat (1988), terdiri dari tiga, yaitu: Fungsi

identitas, kontrol, dan pembelajaran. Penjelasan ketiga fungsi tersebut, dapat disajikan seperti dibawah ini:

a) Fungsi Identitas

Struktur sosial berfungsi sebagai penegas identitas yang dimiliki oleh sebuah kelompok. Kelompok yang anggotanya memiliki kesamaan dalam latar belakang ras, sosial, dan budaya akan mengembangkan struktur sosialnya sendiri sebagai pembeda dari kelompok lainnya.

b) Fungsi Kontrol

Dalam kehidupan bermasyarakat, selalu muncul kecenderungan dalam diri individu untuk melanggar norma, nilai, atau peraturan lain yang berlaku dalam masyarakat. Bila individu tadi mengingat peranan dan status yang dimilikinya dalam struktur sosial, kemungkinan individu tersebut akan mengurungkan niatnya melanggar aturan. Pelanggaran aturan akan berpotensi menimbulkan konsekuensi yang pahit.

c) Fungsi Pembelajaran

Individu belajar dari struktur sosial yang ada dalam masyarakatnya. Hal ini dimungkinkan mengingat masyarakat merupakan salah satu tempat berinteraksi. Banyak hal yang bisa dipelajari dari sebuah struktur sosial masyarakat, mulai dari sikap, kebiasaan, kepercayaan dan kedisiplinan.

5) Bentuk-Bentuk Struktur Sosial

Selain fungsi-fungsi struktur sosial yang disebutkan di atas, Struktur sosial juga memiliki bentuk-bentuk. Bentuk-bentuk tersebut, antara lain:

a) Kelompok Sosial

Kelompok sosial menurut Smelser (1981) adalah kehidupan bersama manusia dalam himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia yang umumnya secara fisik relative kecil yang hidup secara guyub. Ada juga beberapa kelompok sosial yang dibentuk secara formal dan

memiliki aturan-aturan yang jelas. Berdasarkan struktur kelompok dan proses sosialnya, maka kelompok social dapat dibagi menjadi beberapa karakter yang penting. Ada empat kelompok sosial yang dapat dibagi berdasarkan struktur masing-masing kelompok menurut Smelser (1981), yaitu:

Pertama, Kelompok Formal-sekunder. Kelompok sosial yang umumnya bersifat sekunder, formal, memiliki aturan dan struktur yang tegas, serta dibentuk berdasarkan tujuan-tujuan yang jelas pula. Kelompok ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) Adanya kesadaran anggota bahwa ia adalah bagian dari kelompok yang bersangkutan, (2) Setiap anggota memiliki hubungan timbal balik dengan anggota lainnya dan bersedia melakukan hubungan-hubungan fungsional diantara mereka, (3) Setiap anggota kelompok menyadari memiliki faktor-faktor kebersamaan diantara mereka, di mana kebersamaan ini mendorong kohesifitas kelompok itu sendiri, (4) Kelompok sosial ini memiliki struktur yang jelas dan tegas, termasuk juga prosedur suksesi dan kaderisasi, (5) Memiliki aturan formal yang mengikat setiap anggota kelompok dalam struktur yang ada termasuk juga mengatur mekanisme struktur dan sebagainya, (6) Anggota dalam kelompok formal-sekunder memiliki pola dan pedoman perilaku sebagaimana diatur oleh kelompok secara umum, (7) Kelompok sosial ini memiliki sistem kerja yang berpola, berstruktur, dan berproses dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok, (8) Kelompok sosial formal-sekunder memiliki kekuatan mempertahankan diri, mengubah diri (adaptasi), rehabilitasi diri, serta kemampuan menyerang kelompok lain, (9) Kelompok sosial formal-sekunder memiliki masa (umur) hidup yang dikendalikan oleh faktor-faktor internal dan eksternal,

Kedua, Kelompok formal-primer. Kelompok sosial yang umumnya bersifat formal namun keberadaannya bersifat primer. Kelompok ini tidak memiliki aturan yang jelas, walaupun tidak dijalankan secara tegas. Begitu juga kelompok sosial ini memiliki

struktur yang tegas walaupun fungsi-fungsi struktur ini diimplementasikan secara guyub. Terbentuknya kelompok ini didasarkan oleh tujuan-tujuan yang jelas ataupun tujuan yang abstrak. Contoh dari kelompok formal primer adalah keluarga inti, kelompok kekerabatan dan kelompok-kelompok primordial,

Ketiga, Kelompok Informal-Sekunder. Kelompok sosial yang umumnya informal namun keberadaannya bersifat sekunder. Kelompok ini bersifat tidak mengikat, tidak memiliki aturan dan struktur yang tegas serta dibentuk berdasarkan sesaat dan tidak mengikat bahkan bisa terbentuk walaupun memiliki tujuan-tujuan yang kurang jelas. Contoh kelompok ini adalah klik, kelompok persahabatan, kelompok anak muda (geng), kelompok percintaan (pacaran), dan semacamnya,

Keempat, Kelompok Informal-Primer. Kelompok sosial yang terjadi akibat meleburnya sifat-sifat kelompok sosial formal-primer atau disebabkan karena pembentukan sifat-sifat di luar kelompok formal-primer yang tidak dapat ditampung oleh kelompok formal-primer. Kelompok ini juga merupakan bentuk lain dari kelompok informal-sekunder terutama menonjol di hubungan-hubungan mereka yang sangat pribadi dan mendalam.

Smelser (1981) lebih lanjut menjelaskan bahwa selain empat tipe kelompok sosial di atas, tipe lain dari kelompok sosial dapat pula didasarkan atas jumlah (besar kecilnya jumlah anggota), wilayah (desa, kota, negara), kepentingan (tetap atau permanen atau sementara), derajat interaksi (erat atau kurang eratnya hubungan) atau kombinasi dari ukuran yang ada. Pada umumnya kelompok sosial di atas adalah kelompok sosial yang teratur, artinya mudah diamati dan memiliki struktur yang relatif jelas.

Ada pula kelompok sosial yang tidak teratur, artinya sulit diamati strukturnya dan sifatnya sementara seperti kerumunan dan publik. Kerumunan merupakan kelompok manusia yang terbentuk secara kebetulan, tiba-tiba dalam suatu tempat dan waktu yang sama

karena kebetulan memiliki pusat perhatian yang sama. Pada kerumunan, umumnya tidak ada interaksi sosial di antara orang-orang, begitu juga di antara mereka tidak ada ikatan sosial yang mendalam walaupun mungkin memiliki perasaan yang sama dengan orang lain yang berada di tempat yang sama itu (Smelser, 1981).

Sebagaimana kenyataannya, Smelser (1981) mengatakan bahwa manusia pada awalnya lahir dalam kelompok formal-primer yaitu keluarga, di mana kelompok ini disebut sebagai salah satu dari jenis kelompok-kelompok kecil yang paling berkesan bagi setiap individu. Isolasi kehidupan individu dalam keluarga tak bertahan lama, karena seiring dengan perkembangan fisik, intelektual, pengalaman dan kesempatan, individu mulai melepas hubungan-hubungan keluarga dan memasuki dan menyebar untuk menjalankan berbagai kegiatannya dan bertemu dengan manusia lain yang memiliki kesamaan tujuan, kepentingan, dan berbagai aspirasi lainnya. Dalam proses pelepasan tersebut, membentuk kelompok lainnya individu, lalu beradaptasi. Di dalam kelompok, masing-masing anggota berkomunikasi, saling berinteraksi, saling pengaruh memengaruhi satu dengan lainnya.

Pergaulan dalam kelompok tersebut memengaruhi dan menghasilkan kebiasaan-kebiasaan yang melembaga bagi setiap anggota kelompok, kebiasaan itu menciptakan pola perilaku yang dilakukan terus-menerus. Perilaku yang sudah berpola-pola itu akan membentuk sikap setiap anggota kelompok. Kebiasaan yang melembaga, perilaku, dan sikap tersebut berjalan secara simultan di antara individu dan kelompok. Berger dan Lukmann (1966) mengatakan bahwa proses konstruksi sosial yang terjadi secara simultan dalam tiga proses, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Sehingga pada tahap berikutnya individu akan menginternalisasikan semua sikap dan perilaku yang diperoleh dari kelompoknya dalam kehidupan pribadinya.



## b) Lembaga Sosial

Lembaga sosial menurut Sanderson (2000), adalah sekumpulan tata aturan yang mengatur interaksi dan proses-proses sosial di dalam masyarakat. Lembaga sosial memungkinkan setiap struktur dan fungsi serta harapan-harapan setiap anggota dalam masyarakat dapat berjalan, dan memenuhi harapan sebagaimana yang disepakati bersama. Dengan kata lain lembaga sosial digunakan untuk menciptakan ketertiban.

Wujud konkret dari lembaga sosial yang dikemukakan Sanderson (2000), adalah aturan, norma, adat istiadat dan semacamnya yang mengatur kebutuhan masyarakat dan telah terinternalisasi dalam kehidupan manusia, dengan kata lain lembaga sosial adalah sistem norma yang telah melembaga atau menjadi kelembagaan di suatu masyarakat. Misalnya, kebutuhan orang terhadap penyembuhan penyakit, menghasilkan kedokteran, perdukunan, penyembuhan alternatif. Sanderson (2000) lebih lanjut menjelaskan bahwa kebutuhan manusia terhadap pendidikan bagi anggota keluarganya, melahirkan pesantren, taman pendidikan bagi anggota keluarganya, melahirkan pesantren, taman kanak-kanak, sekolah menengah, perguruan tinggi, dan lainnya. Kebutuhan akan mata pencaharian, menimbulkan sistem mata pencaharian pertanian, peternakan, koperasi, industri. Kebutuhan manusia terhadap perkawinan, melahirkan sistem perkawinan dan keluarga. Kebutuhan akan keindahan, menimbulkan kesusastraan, kesenian. Kebutuhan kesehatan jasmani, menimbulkan lembaga pemeliharaan kesehatan, kedokteran kecantikan, dan lainnya.

## c) Stratifikasi Sosial

Stratifikasi sosial menurut Soekanto (2002), adalah struktur sosial yang berlapis-lapis di dalam masyarakat. Lapisan sosial menunjukkan bahwa masyarakat memiliki strata, mulai dari yang terendah sampai yang paling tinggi. Secara fungsional, lahirnya strata sosial ini karena kebutuhan masyarakat terhadap sistem produksi

yang dihasilkan oleh masyarakat di setiap strata, di mana sistem produksi itu mendukung secara fungsional masing-masing strata.

Lebih lanjut Soekanto (2002) menjelaskan dengan mengutip dari Pitirim Sorokin bahwa stratifikasi sosial itu adalah perbedaan penduduk dan masyarakat ke dalam kelas-kelas sosial secara bertingkat, yaitu kelas-kelas tinggi dan kelas-kelas rendah. Setiap masyarakat selalu mempunyai lapisan, mulai yang sederhana sampai yang rumit, tergantung dari teknologi yang dikuasai masyarakat tersebut. Dalam masyarakat yang kompleks, maka perbedaan kedudukan dan peranan juga bersifat kompleks.

Secara umum, strata sosial di masyarakat menurut Soekanto (2002), melahirkan kelas-kelas sosial yang terdiri dari tiga tingkatan, yaitu atas (*upper class*), menengah (*middle class*), dan bawah (*lower class*). Kelas atas mewakili kelompok elite di masyarakat yang jumlahnya sangat terbatas. Kelas menengah mewakili kelompok profesional, kelompok pekerja, wiraswastawan, pedagang, dan kelompok fungsional lainnya. Sedangkan kelas bawah mewakili kelompok pekerja kasar, buruh harian, buruh lepas, dan semacamnya. Secara khusus, kelas sosial ini terjadi pada lingkungan-lingkungan khusus pada bidang tertentu sehingga content varian strata sosial sangat spesifik berlaku pada lingkungan itu. *Content varian* lebih banyak menyangkut varian strata dalam satu lingkungan yang membedakannya dengan strata pada lingkungan lainnya. Jadi, apabila kelas sosial di suatu lingkungan sosial menempati struktur strata yang paling tinggi belum tentu kelas yang sama terjadi pada strata sosial lainnya di tempat lain pula.

Kelas sosial dengan strata sosial tertentu adakalanya terbentuk dengan sendirinya, ada pula yang dibentuk berdasarkan hukumnya. Strata kelas sosial yang terbentuk dengan sendirinya adalah berdasarkan pada kepandaian, tingkat umur, sifat keaslian keanggotaan kerabat, harta dalam batas-batas tertentu. Sedangkan strata kelas sosial yang dibentuk berdasarkan tujuan tertentu adalah

seperti pemimpin dan yang dipimpin, yang memiliki kekayaan dan yang tidak, dan yang memiliki kekuasaan atau yang rakyat biasa. Dasar pembentukan kelas sosial menurut Soekanto (2002), yaitu: (1) ukuran kekayaan, (2) ukuran kepercayaan, (3) besaran kekuasaan, (4) ukuran keselamatan, dan (5) ukuran ilmu pengetahuan dan pendidikan.

#### d) Mobilitas Sosial

Narwoko dan Uyanto (2004) mengutip dari Horton dan Hunt bahwa mobilitas sosial dapat diartikan sebagai suatu gerak perpindahan dari suatu kelas ke kelas sosial lainnya. Mobilitas bisa berupa peningkatan atau penurunan dalam segi status sosial dan biasanya termasuk pula segi penghasilan yang dapat dialami oleh beberapa individu atau oleh keseluruhan anggota kelompok.

Dengan demikian, secara umum ada tiga jenis mobilitas sosial, yaitu gerak sosial yang meningkat (*social climbing*), gerak sosial menurun (*social sinking*), dan gerak sosial horizontal. Ketiga jenis mobilitas sosial ini dapat dialami oleh siapa saja dan kapan saja sesuai dengan bagaimana seseorang mengekspresikan lingkungan sosial dan bagaimana lingkungan sosial mengekspresikan seseorang secara timbal balik.

#### e) Kebudayaan

Kebudayaan menurut Koentjaraningrat (1988), adalah produk dari seluruh rangkaian proses sosial yang dijalankan oleh manusia dalam masyarakat dengan segala aktivitasnya. Dengan demikian, maka kebudayaan adalah hasil nyata dari sebuah proses sosial yang dijalankan oleh manusia bersama masyarakatnya.

Pernyataan di atas sejalan dengan Soemardjan (1974) bahwa kebudayaan sebagai hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya, yakni masyarakat menghasilkan *material culture* seperti teknologi dan karya-karya kebendaan atau budaya materi (fisik) yang diperlukan oleh manusia untuk menguasai dan menundukan alam

sekitarnya, sehingga budaya yang bersifat fisik ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Soemardjan (1974) lebih lanjut menjelaskan bahwa rasa merupakan *spirual culture* (nonfisik) yang meliputi unsur mental dan kejiwaan manusia. Rasa menghasilkan kaidah-kaidah, nilai-nilai sosial, hukum, dan norma sosial atau yang disebut dengan pranata sosial. Apa yang dihasilkan rasa digunakan untuk mengatur masalah-masalah kemasyarakatan. Misalnya agama, kesenian, ideologi, kebatinan, dan sebagainya. Sementara itu, cipta merupakan *immaterial culture* yang menghasilkan pranata sosial, namun cipta yang menghasilkan gagasan, berbagai teori, wawasan dan semacamnya yang bermanfaat bagi manusia. Sedangkan karsa menurut Soemardjan (1974), merupakan kemampuan untuk menempatkan karya, rasa, dan cipta, pada tempatnya agar sesuai dengan kegunaan dan kepentingan bagi seluruh masyarakat. Dengan demikian karsa adalah kecerdasan dalam menggunakan karya, rasa dan cipta secara fungsional sehingga menghasilkan sesuatu yang bermanfaat lebih bagi manusia dan masyarakat secara luas.

#### b. Teori Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial atas realitas (*Social Construction of Reality*) menurut Berger dan Luckmann (1966), adalah proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Konstruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer, dicetuskan oleh Berger dan Luckmann (1966). Teori ini merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), bukan merupakan suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Pemikiran Berger dan Luckmann dipengaruhi oleh pemikiran sosiologi lain, seperti Schützian tentang fenomenologi, Weberian tentang makna-makna subjektif, Durkheimian – Parsonian tentang struktur, pemikiran Marxian tentang dialektika, serta pemikiran Herbert Mead tentang interaksi simbolik.

Asal usul konstruksi sosial menurut Suparno (1997), yaitu dari filsafat konstruktivisme, yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, dan Plato menemukan akal budi. Gagasan tersebut semakin konkret setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dapat dibuktikan kebenarannya, serta kunci pengetahuan adalah fakta. Suparno (1997) mengutip ungkapan Aristoteles: *Cogito ergo sum*, yang artinya saya berfikir karena itu saya ada, menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Lebih lanjut Suparno (1997) menjelaskan bahwa seorang epistemolog dari Italia bernama Giambattista Vico, yang merupakan pencetus gagasan-gagasan pokok Konstruktivisme, dalam *De Antiquissima Italorum Sapientia*, mengungkapkan filsafatnya bahwa Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan. Menurutnya, hanya Tuhan sajalah yang dapat mengerti alam raya ini karena hanya Ia yang tahu bagaimana membuatnya dan dari apa Ia membuatnya, sementara itu orang hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya.

Suparno (1997) mengemukakan bahwa ada tiga macam Konstruktivisme, yaitu: (1) Konstruktivisme radikal, hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita, dan bentuknya tidak selalu representasi dunia nyata. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologism obyektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang. Pengetahuan selalu merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif, (2) Realisme hipotesis, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki, dan (3) Konstruktivisme biasa, mengambil semua konsekuensi konstruktivisme, serta memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu. Pengetahuan individu dipandang sebagai gambaran yang dibentuk dari realitas obyektif dalam dirinya sendiri.

Dari ketiga macam konstruktivisme terdapat kesamaan, dimana konstruktivisme dilihat sebagai proses kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Kemudian Individu membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihatnya berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, inilah yang disebut dengan konstruksi sosial menurut Berger dan Luckmann (1966).

Berger dan Luckman (1966) berpendapat bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia, walaupun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataannya semua dibentuk dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas dapat terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain, yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan

dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidup menyeluruh yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial, serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Berger dan Luckman (1966) mengemukakan bahwa realitas sosial memiliki tiga bentuk, yaitu: (1) Realitas sosial objektif, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta, (2) Realitas sosial simbolik, merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media, dan (3) Realitas sosial subjektif, merupakan realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial.

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.

Menurut Berger dan Luckmann (1966) bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak dapat terpisahkan dengan masyarakat. Manusia

sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui tiga momen dialektis yang simultan, yaitu:

### 1) Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia (*Society is a human product*),

### 2) Objektivasi

Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai (baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia), berupa realitas objektif yang mungkin akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang nyata). Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif (*Society is an objective reality*) atau proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.

### 3) Internalisasi

Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifikasi akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat (*Man is a social product*).

Eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi adalah dialektika yang berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian terdapat proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subyektif. Pemahaman akan



realitas yang dianggap objektif pun terbentuk, melalui proses eksternalisasi dan objektifikasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

### c. Teori Perubahan Sosial

Perubahan merupakan proses yang terus menerus terjadi dalam setiap masyarakat. Proses perubahan itu menurut Sihabudin (2011), ada yang berjalan sedemikian rupa sehingga tidak terasa oleh masyarakat pendukungnya. Gerak perubahan yang sedemikian itu disebut evolusi. Sosiologi mempunyai gambaran adanya perubahan evolusi masyarakat dari masyarakat sederhana ke dalam masyarakat modern. Proses gerak perubahan tersebut ada dalam satu rentang tujuan ke dalam masyarakat modern. Berangkat dari pemikiran teori evolusi Comte tentang perubahan sosial. Sihabudin (2011) mengutip dari Martindale, menyebutkan bahwa titik tolak pemikiran Comte adalah pandangannya tentang masyarakat dengan memanfaatkan konsep-konsep biologi, yakni: (1) Masyarakat berkembang secara linier (searah), yakni dari primitif ke arah masyarakat yang lebih maju, (2) Proses evolusi yang dialami masyarakat mengakibatkan perubahan-perubahan yang berdampak terhadap perubahan nilai-nilai dan berbagai anggapan yang dianut masyarakat, (3) Pandangan subjektif tentang nilai dibaurkan dengan tujuan akhir perubahan sosial. Hal ini terjadi karena masyarakat modern merupakan bentuk masyarakat yang dicita-citakan memiliki label yang baik dan lebih sempurna, seperti kemajuan, kemanusiaan, dan sivilisasi, dan (4) Perubahan sosial yang terjadi dari masyarakat sederhana ke arah masyarakat modern berlangsung lambat, tanpa menghancurkan fondasi yang membangun masyarakat, sehingga memerlukan, sehingga memerlukan waktu yang panjang.

Berkaitan hal di atas, Sihabuddin (2011) menjelaskan bahwa perubahan sosial sudah diperkenalkan oleh beberapa ahli teoritis sosiologi klasik, antara lain: Karl Marx, Max Weber, Emile Durkheim, dan George Simmel. Keempatnya membahas masalah kemunculan dari pengaruh modernitas. Menurut Marx, bahwa modernitas ditentukan oleh ekonomi kapitalis, ia mengakui kemajuan yang ditimbulkan oleh transisi masyarakat sebelumnya ke masyarakat kapitalisme. Namun dalam karya-karyanya, sebagian besar perhatiannya ditujukan untuk mengkritik sistem ekonomi kapitalis dan kecacatannya berkaitan alienasi dan eksploitasi. Menurut Weber, masalah kehidupan modern yang paling menentukan adalah perkembangan rasionalitas formal. Rasional formal yang dimaksudkan Weber, meliputi proses berfikir aktor dalam membuat pilihan mengenai alat dan tujuan. Dalam hal ini pilihan dibuat dengan merujuk pada kebiasaan, peraturan, dan hukum yang diterapkan secara universal. Ketiganya berasal dari berbagai struktur berskala besar, terutama struktur birokrasi dan ekonomi. Keadaan rasionalitas inilah mengakibatkan munculnya kerangkeng-besi rasionalitas. Manusia semakin terpenjara dalam kerangkeng-besi ini dan akibatnya semakin tak mampu mengungkapkan beberapa ciri kemanusiaan mereka yang paling mendasar

Menurut Ogburn (1922) perubahan sosial adalah perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial. Kebudayaan materil adalah sumber utama kemajuan. Aspek kebudayaan non-materil harus menyesuaikan diri dengan perkembangan kebudayaan materil, dan jurang pemisah antara keduanya akan menjadi masalah sosial. Menurut Ogburn (1922) bahwa teknologi adalah mekanisme yang mendorong perubahan, manusia selamanya berupaya memelihara dan menyesuaikan diri dengan alam yang senantiasa diperbaharui oleh teknologi. Ogburn

(1922) memusatkan perhatian pada perkembangan teknologi dan ia menjadi terkenal karena mengembangkan ide mengenai ketertinggalan budaya dan penyesuaian tak terelakkan dari faktor-faktor kebudayaan terhadap teknologi.

Teori Materialis yang disampaikan oleh Ogburn (1922) pada intinya mengemukakan bahwa: (1) Penyebab dari perubahan adalah adanya ketidakpuasan masyarakat karena kondisi sosial yang berlaku pada masa yang mempengaruhi pribadi mereka, (2) Meskipun unsur-unsur sosial satu sama lain terdapat hubungan yang berkesinambungan, namun dalam perubahan ternyata masih ada sebagian yang mengalami perubahan tetapi sebagian yang lain masih dalam keadaan tetap (statis). Hal ini juga disebut dengan istilah *cultural lag*, ketertinggalan menjadikan kesenjangan antar unsur-unsur yang berubah sangat cepat dan yang berubah lambat. Kesenjangan ini akan menyebabkan kejutan sosial pada masyarakat. Ketertinggalan budaya menggambarkan bagaimana beberapa unsur kebudayaan tertinggal di belakang perubahan yang bersumber pada penciptaan, penemuan dan difusi. Teknologi, menurut Ogburn, berubah terlebih dahulu, sedangkan kebudayaan berubah paling akhir. Dengan kata lain kita berusaha mengejar teknologi yang terus menerus berubah dengan mengadaptasi adat dan cara hidup kita untuk memenuhi kebutuhan teknologi. Teknologi menyebabkan terjadinya perubahan sosial cepat yang sekarang melanda dunia. Perubahan teknologi akan lebih cepat dibanding dengan perubahan pada perubahan budaya, pemikiran, kepercayaan, nilai-nilai, norma-norma yang menjadi alat untuk mengatur kehidupan manusia. Oleh karena itu, perubahan seringkali menghasilkan kejutan sosial yang pada gilirannya akan memunculkan pola-pola perilaku baru, meskipun terjadi konflik dengan nilai-nilai tradisional.

Ogburn (1922) mengusulkan suatu pandangan mengenai perubahan sosial yang didasarkan pada teknologi. Menurutnya teknologi mengubah masyarakat melalui lima proses, yaitu: (1)

Penciptaan. Ogburn (1922) mendefinisikan penciptaan sebagai suatu kombinasi unsur dan bahan yang ada untuk membentuk unsur dan bahan yang baru. Kita biasanya hanya memikirkan penciptaan sebagai suatu yang bersifat materiil seperti komputer, namun ada juga yang disebut dengan penciptaan sosial, contoh kapitalisme, birokrasi, korporasi, dan lain-lain, (2) Penemuan. Ogburn (1922) mengidentifikasi penemuan sebagai suatu cara baru melihat kenyataan, sebagai suatu proses perubahan kedua. Kenyataannya sendiri sudah ada, tetapi orang baru melihatnya tetapi orang baru melihatnya untuk pertama kali. Salah satu contohnya adalah penemuan Amerika Utara oleh Columbus, yang membawa konsekuensi besar sehingga mengubah perjalanan sejarah manusia, (3) Difusi. Ogburn (1922) menekankan bahwa difusi penyebaran suatu penciptaan dan penemuan dari suatu wilayah ke wilayah lain, dapat berakibat besar pada kehidupan orang. Contohnya, ketika para misionaris memperkenalkan kapak baja kepada orang Aborigin di Australia, (4) Akumulasi. Ogburn (1922) menyatakan bahwa akumulasi dihasilkan dari lebih banyaknya unsur baru yang ditambahkan kepada satu kebudayaan dibanding dengan unsur-unsur lama yang lenyap dari kebudayaan bersangkutan, dan (5) Penyesuaian. Ogburn (1922) menjelaskan bahwa penyesuaian mengacu pada masalah yang timbul dari saling ketergantungan seluruh aspek kebudayaan. Sebagai contoh, penemuan di bidang ekonomi tanpa terelakkan akan mempengaruhi pemerintah menurut cara tertentu, pemerintah terpaksa menyesuaikan diri terhadap situasi yang dihadapkan oleh perubahan ekonomi atau teknologi baru akan mempunyai dampak terhadap keluarga, memaksa keluarga menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, meskipun penemuan teknologi berkaitan langsung dengan keluarga.

#### d. Teori Planned Behaviour

Teori *Planned Behavior* adalah teori yang menjelaskan tentang perilaku manusia. Teori ini disusun dengan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Teori *Planned Behavior* merupakan perluasan dari teori *Reasoned Action*. Dalam teori *Reasoned Action* dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama, yaitu: *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975), sedangkan dalam teori *Planned Behavior* ditambahkan satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Ajzen (1991) mengatakan bahwa faktor tersebut bertujuan untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dan keterbatasan-keterbatasan dari kekurangan sumber-sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya.

Lebih lanjut Ajzen (2001) menjelaskan bahwa faktor-faktor teori *Planned Behaviour* terdiri dari sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap bukanlah perilaku, namun sikap menghadirkan suatu kesiapsiagaan untuk tindakan yang mengarah pada perilaku. Individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku yang dianggapnya positif itu yang nantinya akan dipilih individu untuk berperilaku dalam kehidupannya. Oleh karena itu sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seorang individu untuk berperilaku. Seorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya dapat menerima apa yang akan dilakukannya. Sehingga, *normative beliefs* menghasilkan kesadaran akan tekanan dari lingkungan sosial atau Norma Subyektif.

Dalam berperilaku seorang individu menurut Ajzen (2005), tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilakunya dibawah kendali

individu tersebut atau dalam suatu kondisi dapat sebaliknya dimana seorang individu dapat mengontrol perilakunya dibawah kendali individu tersebut. Pengendalian seorang individu terhadap perilakunya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Persepsi terhadap kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

Untuk lebih detailnya, komponen teori *Planned Behavior* Ajzen (1991, 2001 dan 2005) mengemukakan sebagai berikut: Pertama, Kepercayaan perilaku yang memengaruhi sikap terhadap perilaku. Keyakinan perilaku adalah hal-hal yang mendorong individu untuk bertindak. Sedangkan sikap terhadap perilaku yaitu sikap individu terhadap perilaku yang diperoleh dari keyakinan yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut.

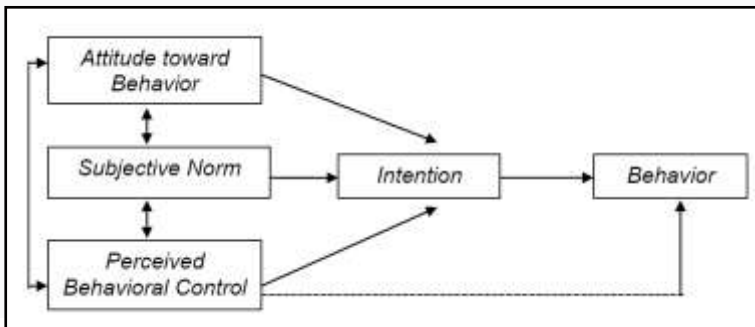
Kedua, Keyakinan normatif yang mempengaruhi norma subjektif. Kepercayaan normatif adalah norma yang digunakan orang orang yang akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Sedangkan norma-norma subyektif menjadi sebagai individu persepsi terhadap sosialisasi yang ada untuk menunjukkan atau tidak perilaku. Norma-norma subyektif ini identik dengan keyakinan dari seseorang tentang perbuatan atau orang lain atau orang lain yang perlu, harus, atau tidak boleh melakukan perilaku, dan memotivasi orang untuk mengetahui orang lain tersebut.

Ketiga, Kontrol keyakinan yang memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan. Pengendalian keyakinan adalah pengalaman pribadi, atau orang-orang yang akan mempengaruhi hasil individu. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan bahwa individu pernah melakukan atau tidak pernah melaksanakan perilaku

tertentu. Kontrol perilaku cerdas dan diartikan persepsi individu yang berhubungan dengan tingkah laku tertentu.

Agar hubungan ketiga komponen tersebut mudah dipahami, Ajzen (1991, 2001 dan 2005) menyajikannya dalam bentuk gambar seperti pada gambar 5.1 di bawah ini:

Gambar 5.1: Teori *Planned Behavior*



Sumber: Ajzen, 1991

Teori *Planned Behavior* menurut Ajzen (1991, 2001 dan 2005), dapat diterapkan untuk mengestimasi berbagai macam perilaku, seperti perilaku sehat, misalnya pencegahan perilaku merokok. Uraianya dapat dijelaskan sebagai berikut: Komponen *attitude toward behavior* dari pencegahan perilaku merokok adalah membuat perokok percaya akan hal positif dan negatif dari merokok sehingga ia memiliki kecenderungan untuk sadar akan konsekuensi merokok. Komponen *subjective norms* adalah orang-orang disekitar perokok yang diminta atau dibuat untuk mendukung perokok berhenti merokok, dan perokok juga distimulasi agar menginternalisasi bahwa ia harus berhenti merokok. Lalu, komponen *perceived behavioral control* adalah penggalan pengalaman buruk akibat merokok serta mendukung perokok agar mengontrol perilaku merokoknya.

## B. Kajian Faktual

Dalam mengonstruks model penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi untuk pembangunan berkelanjutan di era

ekonomi global, digunakan tiga asumsi yang ditawarkan untuk dibuktikan. Untuk membuktikan tiga asumsi tersebut digunakan data sebagaimana yang dipaparkan pada Bab sebelumnya. Data tersebut dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dan FGD. Tiga asumsi yang dimaksud, yaitu: (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi diyakini tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang dipraktikan di pasar-pasar tradisional diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi dan kemitraan dilakukan serta kebijakan yang dikeluarkan untuk menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional diyakini dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Pembuktian ketiga asumsi tersebut dapat disajikan kajiannya seperti di bawah ini:

### **1. Modernisasi dan Perkembangan Teknologi**

Teori perubahan sosial dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana perubahan yang terjadi di masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, dalam menjelaskan dampak modernisasi dan perkembangan teknologi terhadap keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, digunakan teori perubahan sosial. William F. Ogburn (1922) mengemukakan dua hal tentang perubahan sosial, yaitu: (1) Penyebab dari perubahan adalah adanya ketidakpuasan masyarakat karena kondisi sosial yang berlaku pada masa yang mempengaruhi pribadi mereka, (2) Meskipun unsur-unsur sosial satu sama lain terdapat hubungan yang berkesinambungan, namun dalam perubahan ternyata masih ada sebagian yang mengalami perubahan tetapi sebagian yang lain masih dalam keadaan tetap (statis). Munculnya pasar modern dan pasar online merupakan bentuk-bentuk perubahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat di Kawasan Bosowasi. Bentuk-bentuk perubahan tersebut merupakan salah satu bentuk perubahan sosial. Oleh



karenanya, keberadaan pasar modern dan pasar online sangat dikhawatirkan dampaknya terhadap keberadaan dan keberlangsungan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Pasar modern (mall dan minimarket), sebagai wujud modernisasi, sedangkan pasar online, sebagai wujud perkembangan teknologi, yakni kemajuan teknologi informasi.

Utomo (2011) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pasar tradisional semakin terhimpit, semakin tergerusnya pangsa omset ritel tradisional dan sepiunya pasar-pasar tradisional. Hal ini membuat pemerintah mengeluarkan beberapa kebijakan yang mengatur harmonisasi antara pasar modern dengan ritel tradisional. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Lufti (2012). Dalam penelitiannya, ia mengatakan bahwa keberadaan pasar tradisional di perkotaan dari waktu ke waktu semakin terancam dengan semakin maraknya pembangunan pasar modern. Kesan pasar tradisional yang panas, semerawut, kotor, becek, tidak aman karena banyak pencopet adalah sangat bertolak belakang dengan pasar modern yang ber-AC, nyaman, pelayanan mandiri dan cepat, serta relatif lebih aman dari pencopet. Kondisi ini menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan usaha para pedagang pasar tradisional yang pada umumnya pedagang kecil dan menengah. Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan seperti mall dan sekelasnya kini telah menjamur. Bahkan, hal demikian mampu merubah mindset masyarakat untuk berbelanja di mall-mall dan sekelasnya. Alhasil, terjadi pergeseran konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern. Sementara itu, Widiandra (2013) dalam penelitiannya menyarankan bahwa sebaiknya pengusaha tidak mendirikan lebih banyak lagi pasar modern yang sudah cukup meresahkan para pedagang di pasar tradisional dengan tidak memperhatikan jarak tempat berdiri usaha tersebut.

Tiga hasil penelitian tersebut, juga mewakili hasil-hasil penelitian lain yang sama dapat ditarik benang merah bahwa ternyata keberadaan pasar modern dewasa ini, utamanya ritel-ritel

pembelanjaan modern tidak dapat dibendung seiring dengan perubahan pemikiran dan perilaku konsumsi masyarakat. Namun keberadaannya dapat memengaruhi peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat. Meskipun keberadaan pasar tradisional tidak dapat dikesampingkan dalam menopang perekonomian masyarakat menengah ke bawah. Akan tetapi ternyata keberadaan pasar modern tersebut mempengaruhi pendapatan pedagang pasar-pasar tradisional. Setelah adanya pasar modern, pendapatan mereka menurun. Artinya, keberadaan pasar modern itu bisa menggeser bahkan mematikan keberadaan pasar tradisional.

Sedangkan hasil-hasil penelitian tentang pasar online, antara lain dilakukan oleh Riki. Riki (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa di era revolusi teknologi informasi ini, para pelaku usaha harus mengikuti perkembangan teknologi informasi, karena teknologi informasi ini dapat memudahkan para pelaku usaha. Kegiatan bisnis para pelaku usaha menjadi lebih efektif dan efisien. Banyak keuntungan yang bisa diperoleh oleh para pelaku usaha jika mengembangkan bisnisnya dengan melibatkan teknologi *e-commerce*, salah satunya meringankan beban biaya tempat atau lokasi, karena tidak perlu membuka berbagai cabang untuk memasarkan produk di lokasi yang lain. Cukup dengan akses internet para pembeli dimanapun bisa mengetahui produk apa yang akan kita jual. Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Triyaningsih (2012), dalam penelitiannya diungkapkan bahwa pemasaran melalui *online marketing* dipandang baik oleh semua remaja. Online marketing merupakan media pemasaran secara online yang mempunyai beberapa kelebihan diantaranya adalah mudah, praktis, cepat dan bahkan tanpa harus mengeluarkan biaya. Lain hal yang diungkapkan oleh Fitdiarini (2015) dalam penelitiannya bahwa jika penguasaan teknologi internet pelanggan atau pengalamannya menggunakan internet tinggi, maka pelanggan tidak akan ragu dan segan untuk melakukan transaksi pembelian secara online, karena pelanggan

memiliki kepercayaan terhadap apa yang akan dilakukannya dengan baik. Sebaliknya, jika pengetahuan teknologi internet pelanggan rendah, membuat pelanggan tidak percaya terhadap penggunaan web site sebagai sarana belanja.

Tiga hasil penelitian tersebut, juga mewakili hasil-hasil penelitian lain yang sama dapat ditarik benang merah bahwa ternyata kemajuan teknologi informasi itu dapat memberikan manfaat dan keuntungan yang besar kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah, khususnya yang berdagang di pasar-pasar tradisional jika kemajuan teknologi informasi tersebut digunakan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya dalam memasarkan barang dan jasa kepada masyarakat, namun jika tidak, maka besar kemungkinan, mereka akan mengalami sepi pelanggan karena masyarakat yang menguasai teknologi informasi lebih senang berbelanja secara *online* daripada *offline*, khususnya generasi milineal sekarang ini.

Sebagai dampak dari modernisasi dan perkembangan teknologi sebagaimana yang ditunjukkan hasil-hasil penelitian tersebut di atas bahwa pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi semakin lama semakin ditinggalkan para pelanggannya. Tidak dipungkiri penyebab utama adalah menjamurnya ritel-ritel pembelajaran modern di daerah. Pergeseran pola konsumsi masyarakat adalah salah satu produk dari adanya modernisasi. Jika merujuk pada konsep modernisasi semakin lama masyarakat semakin menggunakan pemikiran rasional dan kepraktisan dalam berperilaku. Sehingga masyarakat pada zaman sekarang ini lebih cenderung mencari sesuatu yang mudah, praktis dan higienis. Dalam pola konsumsi masyarakat cenderung memilih ritel-ritel pembelajaran modern yang praktis dan higienis daripada pasar-pasar tradisional yang cenderung usang.

Menjamurnya ritel-ritel pembelajaran modern sampai ke daerah-daerah di Kawasan Bosowasi berakibat melemahnya daya

tarik masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional. Pasar-pasar tradisional yang cenderung usang dan kumuh membuat masyarakat khususnya para pemuda enggan untuk berbelanja. Belum lagi terkait dengan masalah gengsi dan harga diri (stratifikasi dalam masyarakat) membuat masyarakat kalangan atas jarang sekali berbelanja di pasar tradisional. Fenomena yang tidak dapat dipungkiri adalah daya tarik pasar tradisional semakin menurun. Hal ini akibat buruknya kondisi serta kelengkapan sarana dan prasarana pasar tradisional. Keadaan pasar yang sangat padat dengan penataan barang dagangan yang meluber dari petak jualan, ruang gerak koridor yang sangat terbatas, serta suasana yang sumpek dan kumuh menjadikan kondisi pasar tradisional bertolak belakang dengan keadaan ritel-ritel pembelanjaan modern. Melihat keadaan pasar tradisional yang memprihatinkan, perlu adanya pelestarian pasar tradisional.

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan FGD menunjukkan bahwa ekonomi rakyat menemukan kedaulatannya sebagai pondasi ekonomi nasional yang dimulai dari pasar tradisional. Keberadaan pasar tradisional itu merupakan salah satu penggerak roda perekonomian masyarakat. Pasar tradisional selama ini menjadi pusat sentral perekonomian sekaligus tempat interaksi antar masyarakat, seperti adanya proses saling tawar menawar antara pembeli dan pedagang yang menunjukkan ciri khas masyarakat, termasuk di Kawasan Bosowasi, dalam bergaul dan bersosialisasi satu sama lain. Keberadaan pasar tradisional selain merupakan pusat perputaran ekonomi riil di masyarakat juga merupakan simbol kerukunan dan kepedulian warga. Artinya, pasar tradisional itu merupakan urat nadi ekonomi rakyat bahkan sebagai situs sosial-ekonomi bagi mereka.

Di Kawasan Bosowasi, pelestarian pasar-pasar tradisional sudah mulai digalakkan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat dalam berbagai bentuk kebijakan. Pengembangan pasar tradisional

dilakukan mulai dari perbaikan fisik pasar hingga menjangkau pada sistem manajemen pasarnya. Perbaikan fisik antara lain dilakukan pembangunan sarana dan prasarana pasar, hingga hampir menyerupai ritel-ritel pembelanjaan modern. Kebijakan dalam rangka memproteksi pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi mulai dijalankan oleh masing-masing pemerintah setempat di kawasan tersebut. Misalnya dengan membatasi ritel-ritel pembelanjaan di sekitar pasar tradisional, serta mereformasi sistem birokrasi pasar. Hal ini merupakan salah bentuk revitalisasi pasar tradisional oleh pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi.

Bentuk-bentuk perubahan yang terjadi di pasar-pasar tradisional seperti tersebut di atas, merupakan salah satu bentuk perubahan sosial. Menurut William F. Ogburn (1922) bahwa perubahan sosial mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial. Adanya pemanfaatan teknologi dalam pasar tradisional akan memengaruhi pola tindakan pengunjung pasar. Misalnya, pemasangan CCTV, para pelaku kriminal akan semakin takut untuk melakukan tindakan yang melanggar hukum. Begitu pula dengan pemasangan *billboard* harga menjadikan para pedagang enggan untuk membentuk harga barang sesuka hati. Para pedagang tidak bisa dengan mudah menaikkan harga barang dagangannya secara sepihak. Dari adanya pemasangan CCTV dan *billboard* pada pasar-pasar tradisional akan banyak menguntungkan pembeli. Inilah yang menjadikan daya tarik tersendiri dari pasar-pasar tradisional. Sehingga nantinya diharapkan pasar tradisional akan mampu bersaing dengan ritel-ritel pembelanjaan modern.

Akibat dari perubahan sosial yang terjadi dalam pasar-pasar tradisional seperti yang diungkapkan di atas, tidak dipungkiri akan melunturkan entitas dari pasar tradisional itu sendiri. Sifat ketradisional dan substantif perlahan akan berubah menjadi sifat

yang menekankan pada hubungan relasi secara formal seperti halnya pada ritel-ritel pembelajaran modern. Pada akhirnya perubahan yang terjadi pada pasar-pasar tradisional harus melalui kajian yang matang. Sehingga pasar-pasar tradisional tidak kalah bersaing dengan ritel-ritel pembelajaran modern tanpa harus kehilangan esensi dari pasar-pasar tradisional itu sendiri.

Bagi masyarakat Bugis yang bermukim di wilayah Bosowasi, pasar-pasar tradisional bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu pasar terkait dengan konsepsi hidup dan sosial budaya. Pasar-pasar tidak semata-mata mewadai kegiatan ekonomi, akan tetapi pelaku juga dapat mencapai tujuan-tujuan lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pasar tradisional dapat menjadi wadah kegiatan ekonomi, interaksi sosial, dan sarana rekreasi baik suasana pasar maupun produk dagangan yang khas. Jika seperti ini realitanya maka pasar tradisional dapat dinyatakan bahwa ia merupakan salah satu wujud konkrit lembaga sosial, sedangkan lembaga sosial itu merupakan salah satu bentuk struktur sosial. Pasar tradisional dikatakan sebagai wujud konkrit lembaga sosial karena di pasar-pasar tradisional ada aturan, norma, adat istiadat dan semacamnya yang mengatur kebutuhan masyarakat dan telah terinternalisasi dalam kehidupan mereka, dengan kata lain pasar tradisional itu adalah sistem norma yang telah melembaga atau menjadi kelembagaan di suatu masyarakat. Artinya, bagaimana pun dahsyatnya dampak modernisasi dan perkembangan teknologi itu, masyarakat tidak akan pernah meninggalkan pasarnya yang telah dibangun karena pasar tersebut merupakan bagian dari kehidupannya kecuali jika ada hal yang memaksa dan ada alasan yang cukup kuat yang memengaruhinya untuk berubah sehingga pasar yang dibangunnya tersebut ditinggalkan. Akan tetapi fakta di lapangan menunjukkan bahwa di Kawasan Bosowasi, masyarakat tidak pernah meninggalkan pasar-pasar tradisional, mereka hanya

memindahkan lokasi pasar-pasar tersebut ke tempat lain yang ada di wilayah dimana mereka bermukim.

## **2. Perdagangan Demokratis**

Dalam menggambarkan model perdagangan demokratis yang dipraktekan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, yakni proses dialektika para pedagang dalam berdagang secara demokratis di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, digunakan teori konstruksi sosial. Berger dan Luckmann (1966) mengatakan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tersebut tidak dapat terpisahkan dengan masyarakat. Manusia sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui tiga momen dialektis yang simultan, yaitu: Eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi. Pada momen eksternalisasi, individu berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungannya, dalam momen adaptasi tersebut sarana yang digunakan bisa berupa bahasa maupun tindakan. Dalam konteks buku ini, para pedagang melihat realitas sosial bahwa pasar tradisional sebagai tempat mata pencaharian bagi mereka sedangkan para pembeli melihat pasar tradisional sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mereka, maka mereka akan masuk ke dalamnya untuk berdagang bagi para pedagang dan berbelanja bagi para pembeli (eksternalisasi). Momen eksternalitas ini menggambarkan proses adaptasi pedagang dan pembeli dengan pasar tradisional.

Pada momen objektivasi, individu akan berusaha untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Di dalam objektivasi, realitas sosial tersebut seakan-akan berada di luar diri manusia. Ia menjadi relitas objektif, sehingga dirasa aka nada dua realitas yakni realitas diri yang subjektif dan realitas yang berada diluar diri yang objektif. Dua realitas tersebut membentuk jaringan intersubjektif melalui proses pelembagaan atau institusional. Pelembagaan atau

institusional yaitu proses untuk membangun kesadaran menjadi tindakan. Dalam proses pelebagaan tersebut, nilai-nilai yang menjadi pedoman dalam melakukan interpretasi terhadap tindakan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan sehingga apa yang disadari adalah apa yang dilakukan. Dalam konteks buku ini, para pedagang dan pembeli saling berinteraksi satu sama lainnya dalam bentuk jual beli barang dengan harga yang disepakati secara bersama-sama. Dalam melakukan transaksi tersebut mereka patuh pada norma-norma yang diparkatekan di pasar tradisional di mana mereka melakukan transaksi, maka terjadilah terjadi proses institusionalisasi dimana mereka akan berusaha untuk memahami dan menghargai satu sama lainnya.

Pada momen internalisasi, individu akan melakukan identifikasi diri dalam lingkungannya. Internalisasi merupakan momen penarikan realitas sosial ke dalam diri atau realitas sosial menjadi realitas subjektif. Realitas sosial itu berada di dalam diri manusia dan dengan cara itu maka diri manusia akan teridentifikasi dalam lingkungannya. Dalam konteks buku ini, para pedagang dan penjual akan selalu datang ke pasar untuk berdagangan bagi pedagang dan untuk berbelanja bagi pembeli karena mereka telah merasa menjadi bagian dari pasar tersebut. Jika mereka telah merasa menjadi bagian dari pasar tradisional maka mereka akan melakukan transaksi dengan cara demokratis, yakni transaksi yang dilakukan atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran secara proporsional antara penjual dan pembeli sehingga mereka sangat sulit untuk meninggalkan pasar tradisional kecuali ada perubahan sosial terjadi pada mereka. Inilah yang dinamakan model perdagangan demokratis yang dipraktikkan di pasar-pasar tradisional.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan penjelasan teori tersebut di atas, model perdagangan demokratis yang dipraktikkan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dapat gambarkan secara empiris bahwa proses tawar menawar adalah hal yang tidak akan



ditemui di pasar modern. Karena itu, masyarakat Bosowasi masih tetap pergi ke pasar-pasar tradisional, selain itu juga karena harga di pasar-pasar tradisional tergolong lebih murah, meski saat bahan pangan mengalami kenaikan, tetap akan mahal juga. Namun, biasanya tidak lebih mahal jika dibanding dengan harga di pasar-pasar modern.

Interaksi di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi juga lebih menyenangkan, tidak kaku, tidak ada pula ketentuan yang mengikat dari perusahaan ke karyawannya. Biasanya bosnya juga yang langsung berjualan dan dibantu beberapa pegawainya, tetapi tetap tidak ada aturan yang baku. Bukan berarti mengabaikan ramah dan ucapan terima kasih kepada pelanggan, ketika proses berlangsung dan telah selesai belanja.

Belum lagi jika ada pelanggan setia, biasanya pelayanan yang diberikan akan lebih heboh dan banyak candaan yang diselipkan pada percakapan. Hal itu juga yang menjadi pembeda saat berbelanja di pasar tradisional. Dengan segala keunikan karakter antara pedagang dan pembeli, semuanya melebur menjadi satu dalam proses jual-beli.

Pasar tradisional masih menjadi tempat belanja yang paling menyenangkan untuk membeli kebutuhan pokok seperti sayur mayur, jajan pasar, dan bumbu-bumbu dapur dengan aroma khas. Pasar menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dapat bertatap muka dan berdialog. Pembayaran secara tunai dari dompet pembeli kepada penjual, sungguh mempunyai sensasi tersendiri yang tidak pernah didapatkan di pasar modern.

Berbelanja di pasar tradisional, masih ada tawar menawar dan harga persahabatan. Artinya pembeli yang sudah menjadi pelanggan seperti saudara, sehingga penjual melepas dengan harga rendah asal sudah ada selisih harga (keuntungan) walau sedikit. Istilah yang sering diucapkan para penjual di pasar tradisional, yakni: Lebih baik merugi, asal mendapat saudara. Filosofi dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Bahwa dalam transaksi perdagangan di pasar

tradisional bukan hanya proses jual beli. Namun pertemuan pembeli dan penjual dipasar sekaligus bertukar informasi terkini, menjalin silaturahmi sebagai bagian dari ritme kehidupan, dan sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan.

Ini adalah cara penjual untuk menjalin relasi dengan pelanggan yang sudah sering membeli dagangannya. Ketika sudah terjalin hubungan penjual dan pembeli secara baik, terjadilah kepercayaan (*trust*), yang perlu dipegang oleh kedua belah pihak. Konsekwensinya, harga barang tidak lagi menjadi faktor penentu, karena kualitas dan kejujuran penjual lebih diutamakan.

Kalau barangnya baik katakan baik, kalau sudah busuk jangan dicampur dengan yang baik. Penjual yang jujur, ramah, murah senyum, sabar, biasanya mempunyai pelanggan banyak. Bandingkan dengan penjual yang jutek, galak, berlaku tidak jujur ketika menimbang atau mengelabui kualitas barang. Tindakan ini justru merugikan penjual sendiri, karena pembeli tidak suka dengan upaya kecurangan.

Hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli di pasar tradisional inilah yang sering menjadi kerinduan untuk terus datang dan belanja kebutuhan bahan makanan dan bumbunya. Kalau pelanggan lama tidak muncul, ternyata dirindukan dan disambut dengan suka cita. Dagangannya cepat habis, modal kembali, mendapat keuntungan yang memberi manfaat. Barang belanjaan kalau perlu diantarkan sampai ke rumah tanpa dipungut biaya tambahan. Seperti sebuah iklan kartu kredit mengatakan bahwa tidak semua hal dapat dibeli dengan uang.

Hubungan seperti persaudaraan antara pembeli dan penjual yang sudah terjalin di pasar tradisional tidak dapat diukur dengan sejumlah uang. Tidak memperhitungkan untung rugi, bensin yang dikeluarkan untuk mengantar barang belanjaan, adalah bentuk pelayanan tambahan untuk pelanggan.

Walaupun para pedagang jarang yang mengenyam pendidikan sampai perguruan tinggi, tetapi sudah langsung mempraktekkan konsep *customer service*. Zeithaml (2006) mengatakan bahwa pelayanan adalah sebuah perbuatan, proses, dan kinerja untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain sesuai dengan ekspektasinya atau bahkan melebihi ekspektasi orang tersebut.

Penyampaian secara prima, yang melebihi harapan konsumen, sehingga menyebabkan kepuasan pada orang yang dilayani. Hal demikian ini sudah sering dilakukan di institusi yang "menjual jasa", sehingga pelayanan menjadi fokus untuk memberi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan itu dengan memberi nilai tambah dalam bentuk rasa nyaman, senang, ketepatan, dan kecepatan waktu.

Kepuasan itu abstrak, tetapi dapat dirasakan dan dinikmati. Kedatangan pelanggan dipasar tradisional disambut dengan suka cita para pedagang, sebaliknya ketidakhadirannya sangat ditunggu-tunggu dan dirindukan. Kondisi ini saling menguntungkan, karena pelanggan pasti mendapatkan barang-barang berkualitas, dan penjual dagangannya laris. Jika demikian adanya maka dapat dinyatakan bahwa model perdagangan demokratis yang dipraktekan di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi diyakini dapat menggerakkan perekonomian masyarakat.

### **3. Inovasi, Kemitraan, dan Kebijakan**

Penjabaran secara makro tentang penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dari aspek inovasi, aspek kemitraan, dan aspek kebijakan digunakan teori perubahan sosial. Inovasi yang dimaksud di sini adalah suatu proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti. Proses inovasi tersebut sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan karena kedua hal tersebut dapat memudahkan dalam memproduksi sesuatu

yang baru dan berbeda dari produksi sebelumnya. Kemitraan yang dimaksud di sini adalah melakukan sinergi dengan ritel-ritel pembelanjaan modern, sehingga kehadirannya tidak lagi menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang kecil terutama di pasar-pasar tradisional, tetapi justru sebaliknya, akan menjadi salah satu pilar untuk pembinaan UMKM yang lebih maju. Kebijakan yang dimaksud di ini adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah (pusat dan daerah) tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tradisional.

William F. Ogburn (1922) mengemukakan dua hal tentang perubahan sosial, yaitu: (1) Penyebab dari perubahan adalah adanya ketidakpuasan masyarakat karena kondisi sosial yang berlaku pada masa yang mempengaruhi pribadi mereka, (2) Meskipun unsur-unsur sosial satu sama lain terdapat hubungan yang berkesinambungan, namun dalam perubahan ternyata masih ada sebagian yang mengalami perubahan tetapi sebagian yang lain masih dalam keadaan tetap (statis). Ketertinggalan menjadikan kesenjangan antar unsur-unsur yang berubah sangat cepat dan yang berubah lambat. Kesenjangan ini akan menyebabkan kejutan sosial pada masyarakat. Ketertinggalan budaya menggambarkan bagaimana beberapa unsur kebudayaan tertinggal di belakang perubahan yang bersumber pada penciptaan, penemuan dan difusi. Teknologi, menurut Ogburn, berubah terlebih dahulu, sedangkan kebudayaan berubah paling akhir. Dengan kata lain kita berusaha mengejar teknologi yang terus menerus berubah dengan mengadaptasi adat dan cara hidup kita untuk memenuhi kebutuhan teknologi. Teknologi menyebabkan terjadinya perubahan sosial cepat yang sekarang melanda dunia. Perubahan teknologi akan lebih cepat dibanding dengan perubahan pada perubahan budaya, pemikiran, kepercayaan, nilai-nilai, norma-norma yang menjadi alat untuk mengatur kehidupan manusia. Oleh karena itu, perubahan seringkali menghasilkan kejutan sosial yang

pada gilirannya akan memunculkan pola-pola perilaku baru, meskipun terjadi konflik dengan nilai-nilai tradisional.

Nilai-nilai tradisional yang menjadikan para pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi menjadi statis adalah kultur mereka yang tidak ambisius, dan keyakinan mereka bahwa rezeki tidak akan pernah tertukar. Jika nilai-nilai ini tidak ditinggalkan, eksistensi mereka menjadi terancam atas kehadiran pasar online di tengah-tengah mereka. Karena itu, mereka dihimbau untuk melek teknologi dan mau melakukan inovasi. Untuk melakukan hal ini, media sosial bisa dimanfaatkan untuk memasarkan barang dagangan mereka secara online dan sangat efektif jika dibandingkan dengan penjualan secara *offline* yang mereka lakukan selama ini di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi. Media sosial tersebut sangat penting untuk tujuan promosi, setiap hari banyak pengguna yang memakai media sosial sampai waktu yang tidak bisa ditentukan. Jika mereka ingin menggunakan media sosial untuk promosi produk dan jasa, mereka bisa membuat akun dengan menyajikan informasi yang bermanfaat dan tentunya harus berkaitan dengan produk dan jasa yang mereka pasarkan. Media sosial yang banyak digunakan untuk ajang promosi yaitu Facebook dan Instagram. Saat ini kedua media sosial ini sangat populer dan banyak digunakan untuk promosi. Facebook memiliki pengguna paling banyak dari seluruh dunia, dan Instagram telah mampu menarik banyak peminat untuk menggunakannya. Menggunakan *Facebook* juga tidak bisa sembarangan, setiap media sosial tentu memiliki kebijakan yang harus diikuti oleh para penggunanya. Untuk menarik banyak peminat ke dalam media sosial, informasi yang disajikan harus menarik dan bermanfaat. Tidak boleh terburu-buru untuk mendapatkan keuntungan, melayani para follower dengan memberikan informasi yang menarik dan memiliki daya tarik. Jika sudah memiliki banyak *follower*, produk dan jasa yang akan dipasarkan sudah bisa diperkenalkan. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang

maksimal kepada masyarakat. Pelayanan maksimal tersebut dapat memberikan dampak yang baik terhadap kondisi bisnis mereka.

Ancaman lain yang dihadapi oleh pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi jika masih mempertahankan nilai-nilai tersebut, adalah perkembangan ritel-ritel pembelanjaan modern. Kelihatannya hal ini mulai mengundang kekhawatiran bagi pelaku perdagangan kecil dan mikro di pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut. Mereka beranggapan bahwa penetrasi pasar yang dilakukan ritel-ritel pembelanjaan modern dengan membuka jaringan distribusi sampai ke level kecamatan bisa mematikan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sebagai jalur distribusi utama perekonomian kecil dan mikro. Pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dianggap sebagai pertahanan terakhir ekonomi mikro, kecil dan menengah yang menguasai hajat hidup masyarakat kelas menengah-bawah di Kawasan Bosowasi. Karena itu, eksistensi pasar-pasar tradisional di kawasan tersebut adalah sebuah bagian dari struktur sosial dan ekonomi masyarakat Bosowasi yang harus dipertahankan. Pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi sebenarnya sudah berusaha mengantisipasi persaingan tidak sehat antara pasar-pasar tradisional dengan ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut. Pasar-pasar tradisional tersebut diberdayakan dengan mengubah penampilan fisik dan penambahan fasilitas. Hanya model pelayanan atau jenis transaksinya yang dipertahankan dengan maksud untuk tetap menjaga relasi sosial yang muncul dari pola transaksi ekonomi dalam pasar-pasar tradisional. Namun, dalam banyak kasus, ritel-ritel pembelanjaan modern mempunyai keunggulan dari sisi pelayanan, penampilan bersih, lengkapnya barang dagangan, dan harga yang murah. Sesungguhnya, ide pembatasan jumlah ritel-ritel pembelanjaan modern di Kawasan Bosowasi bisa saja dilakukan, tetapi bisa saja ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut akan mengubah strategi pemasaran mereka, misalnya dengan membeli jaringan distribusi pasar-pasar tradisional atau mereka justru masuk

dengan nama berbeda ke dalam jaringan pasar-pasar tradisional. Strategi ini di beberapa tempat sudah dilakukan dan mereka berhasil. Oleh karena itu, ide alternatif yang bisa dilakukan adalah mensinergikan pasar tradisional dengan ritel-ritel pembelanjaan modern tersebut. Jika keduanya disinergikan, maka kehadiran ritel-ritel pembelanjaan modern tidak lagi menjadi sebuah ancaman bagi para pedagang kecil terutama di pasar-pasar tradisional, tetapi justru sebaliknya, akan menjadi salah satu pilar untuk pembinaan UMKM yang lebih maju.

Untuk mendukung hal tersebut di atas, dalam rangka menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dibutuhkan kebijakan. Kebijakan itu tentunya dikeluarkan pemerintah daerah masing-masing di Kawasan Bosowasi. Kebijakan pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tradisional sebenarnya sudah ada, hanya saja implementasinya secara umum dinilai belum berjalan efektif. Akan tetapi secara khusus dapat dilihat dari beberapa aspek dalam menilainya, yaitu: Aspek pemungkinan berjalan cukup efektif, aspek penguatan berjalan cukup efektif, aspek perlindungan berjalan kurang efektif, aspek penyokongan berjalan kurang efektif, dan aspek pemeliharaan berjalan kurang efektif. Hanya dua aspek yang mendukung dari pelaksanaan kebijakan perlindungan dan pemberdayaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dan tiga aspek lainnya yang kurang mendukung kebijakan tersebut. Jadi pada umumnya kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah daerah di Kawasan Bosowasi dalam melindungi dan memberdayakan pasar-pasar tradisional masih belum efektif. Jika demikian adanya, kebijakan tersebut perlu dikaji ulang agar bisa berjalan efektif dalam menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional.

Sedangkan penjabaran secara mikro tentang penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi dari aspek inovasi, aspek kemitraan, dan aspek kebijakan digunakan teori *Planned Behavior*.

Teori *Planned Behavior* (Ajzen, 1991) adalah teori yang menjelaskan tentang perilaku manusia. Asumsi dasar teori ini bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Teori ini memiliki tiga komponen utama, yaitu: sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga komponen ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, kepercayaan perilaku yang memengaruhi sikap terhadap perilaku. Keyakinan perilaku adalah hal-hal yang mendorong individu untuk bertindak. Sedangkan sikap terhadap perilaku yaitu sikap individu terhadap perilaku yang diperoleh dari keyakinan yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut. Dalam konteks buku ini, sikap terhadap perilaku penguatan para pedagang pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi membuat mereka percaya bahwa aspek inovasi dan aspek kemitraan dapat menguatkan keberadaan dan keberlangsungan pasar tradisional sehingga mereka cenderung melakukan inovasi dan kemitraan. Sedangkan sikap terhadap perilaku pemerintah pusat dan daerah dalam menguatkan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi membuat mereka percaya bahwa kebijakan penguatan yang dikeluarkan dapat menjadikan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi eksis dan berkesinambungan, sehingga mereka cenderung mengeluarkan kebijakan yang dapat menguatkan keberadaan dan keberlangsungan pasar-pasar tradisional tersebut.

Kedua, keyakinan normatif yang memengaruhi norma subyektif. Kepercayaan normatif adalah norma yang digunakan orang-orang yang akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Sedangkan norma-norma subyektif menjadi sebagai individu persepsi terhadap sosialisasi yang ada untuk menunjukkan atau tidak perilaku. Norma-norma subyektif ini identik dengan keyakinan dari seseorang tentang perbuatan atau orang lain yang perlu, harus, atau tidak boleh melakukan perilaku, dan memotivasi orang untuk mengetahui orang lain tersebut. Dalam konteks buku ini, bahwa keyakinan para



pedagang pasar-pasar tradisional tentang inovasi dan kemitraan yang dilakukannya, dan keyakinan pemerintah (pusat dan daerah) tentang kebijakan yang dikeluarkannya dapat memotivasi masyarakat di Kawasan Bosowasi untuk datang dan tetap berbelanja sepanjang masa di pasar-pasar tradisional di mana mereka bermukim.

Ketiga, kontrol keyakinan memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan. Kontrol keyakinan adalah pengalaman pribadi, atau orang-orang yang akan mempengaruhi hasil individu. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan bahwa individu pernah melakukan atau tidak pernah melakukan perilaku tertentu. Kontrol perilaku cerdas dan diartikan persepsi individu yang berhubungan dengan tingkah laku tertentu. Dalam konteks buku ini, kontrol perilaku yang dirasakan adalah pengalaman para pedagang pasar-pasar tradisional dalam melakukan inovasi dan kemitraan, dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Kontrol perilaku tersebut ternyata dapat menjadikan masyarakat yang berkunjung di pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi betah dan merasa nyaman berbelanja, sehingga menjadikan mereka akan kembali lagi untuk berbelanja di sana.

Jika demikian adanya maka dapat dinyatakan bahwa inovasi dan kemitraan yang dilakukan, serta kebijakan yang dikeluarkan untuk menguatkan keberadaan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi diyakini dapat menjadikannya masyarakat yang berkunjung di pasar-pasar tradisional tersebut betah dan merasa nyaman berbelanja, sehingga hal ini menjadikannya eksis sepanjang masa dan juga tidak mengorbankan kebutuhan generasi masa depan.

### **C. Konstruksi Model**

Berdasarkan hasil kajian tiga asumsi tersebut di atas, maka konstruksi model penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi, dapat dipaparkan bahwa masyarakat memandang pasar tradisional di Kawasan Bosowasi sebagai realitas sosial. Karena ia

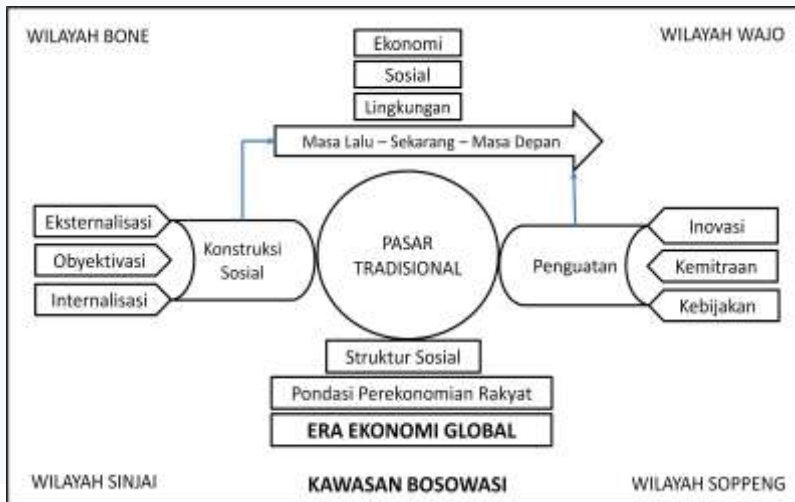
merupakan realitas sosial, maka ia dianggap sebagai salah satu bentuk struktur sosial, yakni sebagai lembaga sosial. Wujud konkret dari lembaga sosial adalah aturan, norma, adat istiadat dan semacamnya yang mengatur kebutuhan masyarakat dan telah terinternalisasi dalam kehidupan mereka, dengan kata lain pasar tradisional adalah sistem norma yang telah melembaga atau menjadi kelembagaan di suatu masyarakat. Atas dasar ini, maka pasar tradisional dipandang sebagai pondasi perekonomian rakyat. Aktivitas yang terjadi di pasar tersebut melalui tiga momen, yaitu: (1) eksternalisasi, pada momen ini masyarakat, pedagang dan pembeli memandang pasar tradisional sebagai realitas sosial, karena itu, mereka beradaptasi dengan pasar, yakni mereka masuk ke dalam pasar untuk melakukan aktivitas, (2) obyektivasi, pada momen ini, pedagang dan pembeli melakukan aktivitas, yakni mereka berinteraksi satu sama lain, misalnya transaksi jual-beli barang dengan harga tertentu secara langsung dan proposional tanpa ada tekanan, (3) internalisasi, pada momen ini, setelah berulang kali, pedagang dan pembeli melakukan transaksi, maka mereka memandang diri mereka sebagai bagian dari pasar. Karena mereka memandang sebagai bagian dari pasar, maka mereka merupakan satu keluarga besar dalam pasar. Jika demikian adanya, maka perekonomian yang mereka bangun diyakini bisa meningkat, bahkan bisa berkembang dengan pesat. Ini yang disebut dengan model perdagangan demokratis.

Karena modernisasi dan perkembangan teknologi dari masa ke masa, bisa saja menimbulkan dampak yang buruk kepada pasar tradisional dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga pasar tradisional akan ditinggalkan masyarakat. Jika demikian adanya, maka dapat dinyatakan bahwa pasar tradisional mengalami perubahan. Perubahan pasar tradisional tersebut merupakan salah satu bentuk perubahan sosial. Oleh karena itu, perlu dilakukan penguatan. Penguatan tersebut dituangkan dalam bentuk

perencanaan (niat penguatan) dan tindakan (perilaku penguatan). Penguatan yang dilakukan melalui tiga moment, yaitu: (1) keyakinan perilaku, pada momen ini, para pedagang percaya bahwa inovasi dan kemitraan yang dilakukannya merupakan perilaku penguatan bagi pasar tradisional. Pada momen yang sama, pemerintah (pusat dan daerah) juga percaya bahwa kebijakan yang dikeluarkannya merupakan perilaku penguatan bagi pasar tradisional. Momen ini diyakini dapat menjadikan pasar tradisional eksis dan berkelanjutan tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan, (2) keyakinan nomatif, pada momen ini, para pedagang percaya bahwa setiap inovasi dan kemitraan yang dilakukannya, dan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah (pusat dan daerah) diyakin dapat memotivasi masyarakat untuk senantiasa datang ke pasar tradisional dalam memenuhi kehidupannya dan (3) keyakinan kontrol, pada momen ini, pengalaman para pedagang pasar tradisional dalam melakukan inovasi dan kemitraan, dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah ternyata dapat menjadikan masyarakat yang berkunjung ke pasar tradisional, betah dan merasa nyaman berbelanja, sehingga mereka akan kembali lagi untuk berbelanja di sana.

Model penguatan pasar tradisional berkelanjutan ini dinamakan model BSWS (Bone, Soppeng, Wajo, Sinjai) karena datanya didapatkan di Kawasan Bosowasi. Model BSWS dapat disajikan gambarnya pada gambar 5.2 di bawah ini:

Gambar 5.2: Model BSWS  
(Model Penguatan Pasar Tradisional Berkelanjutan)



Sumber: Data primer diolah, 2019.

Model BSWS di atas perlu diuji cara kerjanya, apakah bisa digunakan atau tidak dalam menguatkan pasar tradisional secara berkelanjutan. Dasar pengambilan keputusan atas penilaian penguatan berkelanjutan terhadap model BSWS di atas dinyatakan nilainya naik atau turun. Uraianya dapat disajikan seperti di bawah ini:

1. Untuk mengetahui penguatannya berhasil atau tidak (Nilai  $SR_{3b}$  naik atau turun), menggunakan rumus di bawah ini:
  - $SR_{3b} = (I_{3b} - I_{3b-3}) / I_{3b-3} \times 100\%$
  - $SR_{3b}$  = Sustainable Strengthening (penguatan berkelanjutan) dalam satuan persentase (%)
  - $I_{3b}$  = Income (pendapatan retribusi pasar) selama tiga bulan
  - $I_{3b-3}$  = Income (pendapatan retribusi pasar) pada tiga bulan sebelumnya

Contoh simulasinya:

Diketahui data simulasi selama 5 triwulan (15 bulan) terakhir, seperti yang disajikan pada tabel 5.1 di bawah ini:

Tabel 5.1:  
Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Triwulan

No.	Triwulan (2018-2019)	Pendapatan Retribusi Pasar (Dalam Jutaan Rupiah)
1	Januari – Maret	Rp. 8.262
2	April – Juni	Rp. 8.692
3	Juli – September	Rp. 9.150
4	Oktober – Desember	Rp. 9.650
5	Januari – Maret	Rp. 10.200

Pertanyaannya, hitunglah tingkat penguatan berkelanjutan dari triwulan 1-5, dan rata-rata tingkat penguatannya selama 5 triwulan! Jawabannya dapat disajikan pada tabel 5.2 di bawah ini:

Tabel 5.2:  
Hasil Simulasi Tingkat Penguatan Pasar Tradisional

No.	Triwulan (2018-2019)	Perhitungan	Tingkat Penguatan
1	April – Juni	$((8.692-8.262)/8.262) \times 100\%$	5,2%
2	Juli – September	$((9.150-8.692)/8.692) \times 100\%$	5,3%
3	Oktober – Desember	$((9.650-9.150)/9.150) \times 100\%$	5,5%
4	Januari – Maret	$((10.200-9.650)/9.650) \times 100\%$	5,7%

Sedangkan rata-rata tingkat penguatannya dapat dihitung sebagai berikut:  $(5,2\%+5,3\%+5,5\%+5,7\%)/4 = 5,4\%$ .

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa tingkat penguatannya naik dari triwulan ke triwulan dengan rata-rata peningkatan sebesar 5,4%. Artinya upaya penguatan pasar tradisional yang dilakukan dapat dinyatakan berhasil. Jika demikian adanya, maka tingkat kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional tersebut meningkat dan merata pula.

2. Untuk mengetahui penguatannya berkelanjutan atau tidak (Nilai SR<sub>t</sub> naik atau turun), menggunakan rumus di bawah ini:

- $SR_t = (I_t - I_{t-1} / I_{t-1}) \times 100\%$
- SR<sub>t</sub> = Sustained Strengthening (penguatannya berkelanjutan) dalam satuan persentase (%)
- I<sub>t</sub> = Income (pendapatan retribusi pasar) pada tahun t
- I<sub>t-1</sub> = Income (pendapatan retribusi pasar) pada tahun sebelumnya

Contoh simulasinya:

Diketahui data simulasi selama 5 tahun terakhir, seperti yang disajikan pada tabel 5.3 di bawah ini:

**Tabel 5.3:**  
Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Satu Tahun

No.	Tahun	Pendapatan Retribusi Pasar (Dalam Milyaran Rupiah)
1	2014	Rp. 7.262
2	2015	Rp. 7.692
3	2016	Rp. 8.150
4	2017	Rp. 8.650
5	2018	Rp. 9.190

Pertanyaannya, hitunglah tingkat keberlanjutan dari tahun 2014-2018, dan rata-rata tingkat keberlanjutannya selama 5 tahun! Jawabannya dapat disajikan pada tabel 5.4 di bawah ini:

**Tabel 5.4:**  
Hasil Simulasi Tingkat Berkelanjutan Penguatan Pasar Tradisional

No.	Tahun	Perhitungan	Tingkat Berkelanjutan
1	2015	$((7.692-7.262)/7.262) \times 100\%$	5,9%
2	2016	$((8.150-7.692)/7.692) \times 100\%$	6,0%
3	2017	$((8.650-8.150)/8.150) \times 100\%$	6,1%
4	2018	$((9.190-8.650)/8.650) \times 100\%$	6,2%

Sedangkan rata-rata tingkat berkelanjutannya dapat dihitung sebagai berikut:  $(5,9\%+6,0\%+6,1\%+6,2\%)/4 = 6,1\%$ .

Tabel 5.4 menunjukkan bahwa tingkat berkelanjutannya naik dari tahun ke tahun dengan rata-rata peningkatan sebesar 6,1%. Artinya upaya penguatan pasar tradisional yang dilakukan dapat dinyatakan berkelanjutan. Jika demikian adanya, maka tingkat kenyamanan masyarakat berbelanja di pasar tradisional tersebut meningkat dan merata pula.

3. Untuk mengetahui penguatannya konsisten berkelanjutan atau tidak (Nilai  $CSR_{2t}$  naik atau turun), menggunakan rumus di bawah ini:

- $CSR_{2t} = (I_{2t}-I_{2t-2}/I_{2t-1}) \times 100\%$
- $CSR_{2t}$  = Consistant Sustainable Strengthening (penguatannya konsisten berkelanjutan) dalam satuan persentase (%)
- $I_{2t}$  = Income (pendapatan retribusi pasar) selama dua tahun
- $I_{2t-1}$  = Income (pendapatan retribusi pasar) pada dua tahun sebelumnya

Contoh simulasinya:

Diketahui data simulasi selama 10 tahun terakhir untuk dua tahun sekali, seperti yang disajikan pada tabel 5.5 di bawah ini:

Tabel 5.5:  
Data Simulasi Pendapatan Retribusi Pasar Per Dua Tahun

No.	Tahun	Pendapatan Retribusi Pasar (Dalam Milyaran Rupiah)
1	2010-2009	Rp. 15.262
2	2012-2011	Rp. 15.692
3	2014 -2013	Rp. 16.150
4	2015-2016	Rp. 16.650
5	2017-2018	Rp. 17.190

Pertanyaannya, hitunglah tingkat konsistensi untuk setiap dua tahun sekali dari tahun 2010-2018, dan rata-rata tingkat konsistensinya

selama 10 tahun dari dua tahun sebelumnya ke dua tahun berikutnya! Jawabannya dapat disajikan pada tabel 5.6 di bawah ini:

**Tabel 5.6:**  
**Hasil Simulasi Tingkat Konsistensi Penguatan Berkelanjutan**  
**Pasar Tradisional**

No.	Tahun	Perhitungan	Tingkat Konsistensi
1	2012-2011	$((15.692-15.262)/15.262) \times 100\%$	2,8%
2	2014 -2013	$((16.150-15.692)/15.692) \times 100\%$	2,9%
3	2015-2016	$((16.650-16.150)/16.150) \times 100\%$	3,1%
4	2017-2018	$((17.190-16.650)/16.650) \times 100\%$	3,2%

Sedangkan rata-rata tingkat konsistensinya dapat dihitung sebagai berikut:  $(2,8\%+2,9\%+3,1\%+3,2\%)/4 = 3,0\%$ .

Tabel 5.6 menunjukkan bahwa tingkat konsistensinya naik dari setiap dua tahun sebelumnya ke dua tahun berikutnya selama 10 tahun dengan rata-rata peningkatan sebesar 3,0%. Artinya upaya penguatan pasar tradisional yang dilakukan dapat dinyatakan konsisten berkelanjutan. Jika demikian adanya, maka model penguatan pasar tradisional berkelanjutan yang dikonstruksi terbukti dapat bekerja dengan baik dalam mengestimasi hasil dari upaya penguatan pasar tradisional yang dilakukan.

4. Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel penguatan berkelanjutan yang digunakan memiliki pengaruh atau tidak, dapat digunakan fungsi dan persamaan SR (penguatan berkelanjutan) seperti di bawah ini:

- $SR = f(I_n, K_m, K_b), SR = \alpha + \beta_{I_n} + \beta_{K_m} + \beta_{K_b} + \epsilon$
- SR = Sustainable Strengthening (penguatan berkelanjutan)
- f = fungsi
- $I_n$  = Inovasi
- $K_m$  = Kemitraan
- $K_b$  = Kebijakan



- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien penduga
- $\varepsilon$  = Variabel lain

Jika datanya sudah siap, gunakanlah program aplikasi statistik SPSS atau program aplikasi statistik lain untuk mengestimasi hasilnya, apakah berpengaruh secara signifikan atautkah tidak.



# **BAB VI**

## **PENUTUP**

### **GARIS BESAR ISI BAB**

- A. Kesimpulan, 176
- B. Implikasi Hasil Kajian, 177
- C. Saran-saran, 177

## **A. Kesimpulan**

Hasil kajian sebagaimana yang dituangkan pada Bab V dalam buku ini, membuktikan bahwa (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi ternyata tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang dipraktekan di pasar-pasar tradisional ternyata dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional ternyata dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Mengacu pada pembuktian ketiga hal tersebut di atas, maka dapat dikonstruksi sebuah model penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi untuk pembangunan berkelanjutan di era ekonomi global. Model tersebut dinamakan Model BSWWS (Bone, Soppeng, Wajo, Sinjai).

Tentu saja konstruksi model penguatan pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan tidak hanya dapat dilihat dari tiga aspek saja seperti yang diungkapkan di atas, tetapi juga harus memerhatikan banyak aspek lain karena pasar-pasar tradisional tersebut menunjukkan status sosial masyarakat tertentu melalui aktivitas yang dilakukan di pasar-pasar tradisional tersebut. Di sini buku ini menunjukkan bahwa struktur sosial dalam pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi tampak sebagai bagian dari apropriasi budaya yang dilakukan oleh masyarakat di kawasan tersebut.

Walaupun buku ini dapat menunjukkan salah satu model dari penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi untuk pembangunan berkelanjutan di era ekonomi global, namun belum dapat ditunjukkan bagaimana tingkat akurasi cara kerja model tersebut. Artinya, masih perlu diuji cara kerjanya, apakah dapat digunakan atau tidak dalam menguatkan pasar tradisional secara berkelanjutan dalam rangka untuk mengetahui apakah masyarakat di

Kawasan Bosowasi merespon upaya-upaya penguatan yang dilakukan ataukah tidak. Karena itu, dibutuhkan kajian lanjutan untuk membuktikan cara kerja model yang dikonstruksi tersebut.

## **B. Implikasi Hasil Kajian**

Jika model penguatan pasar-pasar tradisional di Kawasan Bosowasi untuk pembangunan berkelanjutan di era ekonomi global sebagaimana yang dikemukakan di atas diterapkan, maka implikasi yang dapat ditimbulkan antara lain, yaitu: (1) Model BSWS dapat menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat, (2) Model BSWS dapat menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan ritel-ritel perbelanjaan modern, (3) Model BSWS dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dan (4) Model BSWS dapat menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.

## **C. Saran-saran**

Dalam rangka mendukung penerapan model BSWS di atas, maka disarankan untuk memerhatikan pemberdayaan pedagang-pedangan di pasar-pasar tradisional. Salah satu caranya adalah dengan membantu memperbaiki akses informasi, modal dan hubungan dengan para supplier serta memberikan perlindungan kepada mereka. Perlindungan yang paling konkret adalah setiap pemerintah daerah harus membuat regulasi tentang jarak atau radius ritel-ritel perbelanjaan modern dengan pasar-pasar tradisional minimal satu kilometer. Jika sudah demikian, pasar tradisional yang identik dengan pasar rakyat akan tetap eksis di tengah laju persaingan yang semakin ketat, sehingga ekonomi rakyat semakin maju seiring kemajuan eksistensi pasar tradisional itu sendiri.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam rangka mendukung penerapan model BSWS bahwa salah satu kelebihan dari sekian banyak kelebihan pasar tradisional adalah adanya hubungan yang

dekat dan secara langsung antara penjual dan pembeli. Ini sesuatu yang tidak bisa diukur dengan materil karena diturunkan secara turun-temurun dari nenek moyang kita. Dalam proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga barang, seringkali memunculkan kedekatan emosional dan hal ini diyakini dapat menambah saudara. Karena itu, disarankan untuk selalu melestarikan pasar-pasar tradisional dimanapun berada.

Selain itu, hal penting juga harus diperhatikan rangka mendukung penerapan model BSWs bahwa pasar-pasar tradisional mayoritas diisi oleh UMKM, bahkan masyarakat memandangnya sebagai pusat ekonomi masyarakat di daerah, terutama kalangan menengah ke bawah. Hal ini dikarenakan sistem yang diterapkan di sini tidaklah kapitalisasi, melainkan condong ke arah keadilan ekonomi. Sebab, harga yang dipatok tidak tinggi, selain itu juga tidak ada kapitalisasi atau keuntungan sebesar-besarnya diperuntukkan si pemodal. Karena itu, disarankan untuk selalu melindungi pasar-pasar tradisional dimanapun berada.

# REFERENSI

## A. Sumber Pustaka

- Abercrombie, Nicholas., Stephen Hill, and Bryan S. Turner, *Kamus Sosiologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar (2011).
- Adiyadnya, Made Santana Putra, and Nyoman Djinar Setiawina, "Analisis Tingkat Efektivitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4 (2015).
- Agus Sjafari dan Kandung Sapto Nugroho (Editor), *Perubahan Sosial (Sebuah Bunga Rampai)*, Banten: FISIP UNITIRTA (2011).
- Ajzen, I., & Fishbein, M., *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA. (1975).
- Ajzen, I., & Fishbein, M., *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Scliffs, New York (1980).
- Ajzen, I., "Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 32.4 (2001).
- Ajzen, I., "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (1991).
- Ajzen, I., *Attitudes, Personality and Behavior*, 2nd Edition, McGraw-Hill Professional Publishing, Berkshire, GBR. (2005).
- Ajzen, I., *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*, Dalam J. Kuhl & J. Beckman, Eds., *Action-control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg (1985).
- Alfianita, Ella, "Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)." *Jurnal Administrasi Publik*, 3.5 (2015).

- Aliyah, Istijabatul, "Penguatan Sinergi antara Pasar Tradisional dan Modern dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan." *JA! UBL*, 4.2 (2014).
- Aliyah, Istijabatul, "Strategi Penguatan Peran Pasar Tradisional Sebagai Produk Budaya di Kota Surakarta." *Cakra Wisata: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 18.1 (2017).
- Andriani, Maritfa Nika, and Mohammad Mukti Ali, "Kajian eksistensi pasar tradisional Kota Surakarta." *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2.2 (2013).
- Arikunto, Suharsono, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: LP3ES (2003).
- Ariyani, Nur Indah, and Okta Nurcahyono, "Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial." *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3.1 (2018).
- Armi, Aldinur, "Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang)." *Jurnal Administrasi Publik*, 4.10 (2016).
- Asribestari, Ratna, and Jawoto Sih Setyono, "Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome)." *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2.3 (2013).
- Baeck, L., *Ibn Khaldun's political and economic realism*. Routledge: London (1996).
- Barata, Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo (2003).
- Bayuseno, Athanasius Priharyoto, "Penerapan dan Pengujian Model Teknologi Anaerob Digester untuk Pengolahan Sampah Buah-Buahan dari Pasar Tradisional." *ROTASI*, 11.2 (2009).
- Berger, Peter Ludwig and Luckmann, Thomas, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, New York: Anchor Books (1966),



- Bintoro, Rahadi Wasi, "Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern." *Jurnal Dinamika Hukum*, 10.3 (2010).
- Blau, Peter M., "A Macrosociological Theory of Social Structure." *American Journal of Sociology*, 83.1 (1977).
- Boediono, *Ekonomi Mikro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE UGM 2012.
- BPS Kabupaten Bone, *Kabupaten Bone dalam Angka Tahun 2018*, BPS Kabupaten Bone (2018).
- BPS Kabupaten Sinjai, *Kabupaten Sinjai dalam Angka Tahun 2018*, BPS Kabupaten Sinjai (2018).
- BPS Kabupaten Soppeng, *Kabupaten Soppeng dalam Angka Tahun 2018*, BPS Kabupaten Soppeng (2018).
- BPS Kabupaten Wajo, *Kabupaten Wajo dalam Angka Tahun 2018*, BPS Kabupaten Wajo (2018).
- Chapra, M. U., "Islamic economic thought and the new global economy." *Islamic Economic Studies*, 9.1 (2001).
- Cohen, Bruce J., *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta (1992).
- Cristian, D., dkk., "The Components of Sustainable Development: A Possible Approach". *Procedia Economics and Finance*, 26.15 (2015).
- Devy, Dwi Ananta, "Kajian terhadap Pemanfaatan Ruang di Pasar Tradisional Bulu Semarang." *Jurnal Teknik-UNISFAT*, 5.1 (2009).
- Dokumen Internal Dinas Perdagangan Kabupaten Bone tentang Pasar-pasar Tradisional di Kabupaten Bone (2019).
- Dokumen Internal Dinas Perdagangan Kabupaten Sinjai tentang Pasar-pasar Tradisional di Kabupaten Sinjai (2019).
- Dokumen Internal Dinas Perdagangan Kabupaten Soppeng tentang Pasar-pasar Tradisional di Kabupaten Soppeng (2019).

- Dokumen Internal Dinas Perdagangan Kabupaten Wajo tentang Pasar-pasar Tradisional di Kabupaten Wajo (2019).
- Dokumen Internal Pemda Kabupaten Bone tentang Sejarah Kabupaten Bone (2019).
- Dokumen Internal Pemda Kabupaten Sinjai tentang Sejarah Kabupaten Sinjai (2019).
- Dokumen Internal Pemda Kabupaten Soppeng tentang Sejarah Kabupaten Soppeng (2019).
- Dokumen Internal Pemda Kabupaten Wajo tentang Sejarah Kabupaten Wajo (2019).
- Ekomadyo, Agus S., "Menelusuri Genius Loci Pasar Tradisional Sebagai Ruang Sosial Urban di Nusantara." *Retrieved Februari, 2* (2007).
- Eshleman, J. Ross, and Barbara G. Cashion, *Sociology an Introduction*. Toronto: Little Brown & Company (1985).
- Fajriawati, "Analisis Pengaruh Persaingan Usaha Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Peraturan Daerah Kota Medan." ISSN 2579-5198, 13. 2 (2017).
- Fardhani, Ayu Artika, Desi Insani Natalia Simanjuntak, and Anjar Wanto, "Prediksi Harga Eceran Beras Di Pasar Tradisional Di 33 Kota Di Indonesia Menggunakan Algoritma Backpropagation." *Jurnal Infomedia: Teknik Informatika, Multimedia & Jaringan*, 3.1 (2018).
- Farhani, Ismi, and Broto Sunaryo, "Konsepsi Pengelolaan Berkelanjutan Pasar Apung Banjir Kanal Barat Kota Semarang." *Ruang*, 2.4 (2014).
- Fauzi, A., & A. Octavianus, "The Measurement of Sustainable Development in Indonesia (2014).
- Febrianty, Dessy, "Model Revitalisasi Pengelolaan Pasar Tradisional." *Jurnal Sosial Ekonomi Pekerjaan Umum*, 5.3 (2013).

- Fitdiarini, Noorlaily, "Kepercayaan Pelanggan untuk Melakukan Online Shopping dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA) Journal of Economics and Business Airlangga*, 25.3 (2015).
- Fitlayeni, Rinel, dkk., "Strategi Organisasi Informal Menjaga Persistensi Pasar Tradisional di Kecamatan Padang Barat", *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 31.1 (2015).
- Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Book (1973).
- Ghazanfar, S. M., & Islahi, A. A., "Economic thought of an Arab scholastic: Abu Hamid al-Ghazali (AH 450–505/AD 1058–1111)." *History of political economy*, 22 (2), 381-403 (1990).
- Habibah, Tristya Putri Zahra, "Identifikasi Penggunaan Formalin pada Ikan Asin dan Faktor Perilaku Penjual di Pasar Tradisional Kota Semarang." *Unnes Journal of Public Health*, 2.3 (2013).
- Hamzah, Awaluddin, and Nurmala K. Pandjaitan, "Respon Komunitas Nelayan terhadap Modernisasi Perikanan (Studi Kasus Nelayan Suku Bajo di Desa Lagasa, Kabupaten Muna, Propinsi Sulawesi Tenggara)." *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2.2 (2008).
- Haris, Rochmawati, "Dinamika Kelompok Sosial Budaya di Kota Makassar: Memudarnya Stratifikasi Sosial Berbasis Keturunan." *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 19.2 (2018).
- Hasbiah, Sitti, Model Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Makassar. *Majalah Manajemen dan Usahawan Indonesia*, Desember 2004.
- Hendri, Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama (2006).
- Henslin, James. M., *Sosiologi dengan Pendekatan Mebumi*, Edisi 6. Jakarta: Erlangga Lauer (2006).
- Hidayat, T., *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Jakarta: MediaKita (2008).

- Horton, Paul B., dan Chester L Hunt, *Sosiologi*. Jilid I. Terj. Aminudin Ram & Tita Sobari. Jakarta: Erlangga (1987).
- Horton, Paul B-Hunt, Chester L., *Sosiologi*, Terj., Edisi Keenam, Jakarta: Penerbit Erlangga (1992).
- Irwanto, *Focus Group Discussion: Sebuah Pengantar Praktis*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia (2007).
- Johnson, Doyle Paul, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Terj., Jilid 1 – 2. Jakarta: PT. Gramedia Indonesia (1986).
- Kallek, Cengiz. "Socio-Political-Economic Sovereignty and The Market of Medina," *Journal of Islamic Economic*, International Islamic University of Malaysia, 4. 1 & 2 (1995).
- Kamanto, Sunarto, *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: LPE-UI (2000).
- Karim, Adiwarmanto A., *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers. (2011).
- Karouw, Zely Ela, O. Esry H. Laoh, and Juliana R. Mandei, "Faktor Penentu Pilihan Konsumen Komoditi Pertanian terhadap Tempat Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Manado." *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 12.1 (2016).
- Khan, M. A., *Economic Teachings of Prophet Muhammad (SA): A Select Anthology of Hadith Literature on Economics*. Adam Publishers & Distributors (2009).
- Koentjaraningrat, *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*, Jakarta: Djambatan (1988).
- Kornblum, William, *Sociology in a Changing World*. Florida: Harcourt College Publisher (2000).
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary., *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga (2016).
- Kristiningtyas, Woro, "Eksistensi Pasar Tradisional Ditinjau dari Konsep Geografi, Interaksi Sosial dan Perilaku Produsen-Konsumen." *Journal of Educational Social Studies*, 1.2 (2012).

- Kupita, Weda dan Rahadi Wasi Bintoro, "Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi di Kabupaten Purbalingga)", *Journal of Dinamika Hukum*, 12.1 (2012).
- Landis, Judson R., *Sociology, Concepts and Characteristics*. California: Wadsworth Publishing Company (1986).
- Loomis, Charles P., "In Praise of Conflict and its Resolution." *The American Sociological Review*, 32.6 (1967).
- Lufti, Ok Laksemana, "Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan." *Welfare State*, 2.1 (2012).
- Mokoginta, Syobrian, Pierre Gosal, and Suryadi Supardjo, "Persepsi Masyarakat terhadap Relokasi Pasar Tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara." *SPASIAL*, 2.2 (2015).
- Muksin, Sulsalman Moita, and Bakri Yusuf, "Pola Adaptasi Sosial Ekonomi Suku Bugis sebagai Pendetang di Desa Bobolio Kecamatan Wawonii Selatan." *Jurnal Neo Societal*, 3.1 (2018).
- Mungim, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group (2008).
- Mustari, Abdillah, "Perempuan dalam Struktur Sosial dan Kultur Hukum Bugis Makassar." *Al-'Adl*, 9.1 (2016).
- Nasution, S., *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara (2000).
- Nasution, S., *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara (2000).
- Noor, Afif, "Perlindungan terhadap Pasar Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4.2 (2013).

- Noor, Afif, "Pasar Tradisional dengan Penataan Modern di Kota Makassar", *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4.2 (2016).
- Noor, Triana Rosalina, "Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi tentang Pasar Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya)", *Jurnal At-Tahdzib*, 5.1 (2017).
- Nugroho, Bani Astiti Asa, and Herbasuki Nurcahyanto, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang." *Journal of Public Policy and Management Review*, 5.1 (2016).
- Nurhayati, Siti Fatimah, "Pengelolaan pasar tradisional berbasis musyawarah untuk mufakat." *BENEFIT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18.1(2014).
- Ogburn, William Fielding, *Social Change with Respect to Culture and Original Nature*. New York: B. W. Huebsch (1922).
- Parsons, Talcott, "The Professions and Social Structure." *Social Forces*, 17.4 (1939).
- Pasal 1 ayat 2 Perpres No. 112 tahun 2007 dan Pasal 4 Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 tahun 2012.
- Pradipta, A. A., and Gede Prathiwa, "Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang terhadap Kinerja Pedagang Pasar di Kota Denpasar." *E-Jurnal EP*, 5.4 (2016).
- Pramudyo, A., "Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 2.1 (2014).
- Pramudyo, Anung, "Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 2.1 (2014).
- Radcliffe-Brown, Alfred Reginald, "On Social Structure." *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, 70.1 (1940).
- Riki, "Dampak Era Revolusi Teknologi Informasi dengan Industri Kreatif Digital Ala E-Commerce Tokopedia." *Khazanah Ilmu Berazam*, 2.1 Maret (2019).

- Riyanti, Puji, "Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Tradisional." *Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 5.1 (2013).
- Robert. H., *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta (1993).
- Roring, Riovan Styx dan Kusriani, "Integrasi Sistem berbasis Predictive Analytics untuk Pasar Tradisional Indonesia", *CSRID Journal*, 9.1 (2017).
- Rustan, Batara Surya, and Muhamad Arif Nasution, "Adaptasi dan Perubahan Sosial Kehidupan Suku Bajo (Studi Kasus Suku Bajo Kelurahan Bajoe Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone)." *Urban and Regional Studies Journal*, 1.1 (2018).
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril, "Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12.2 (2016).
- Saleha, Qoriah, "Kajian Struktur Sosial dalam Masyarakat Nelayan di Pesisir Kota Balikpapan." *Buletin PSP*, 21.1 (2013).
- Sanderson, *Sosiologi Macro, Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada (2000).
- Seran, Marcel, "Perlindungan Hukum Bagi Pasar Tradisional di Era Globalisasi Dan Liberalisasi Perdagangan." *Masalah-Masalah Hukum*, 43.3 (2014).
- Siddiqi, Mohammad N., "Economic Thought of Abu Yusuf, *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 2. 2 (1985).
- Sihabudin, Ahmad, *Komunikasi Antarbudaya: Suatu Perspektif Multidimensi*, Jakarta: Bumi Aksara (2011).
- Simamora, Henry., *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN (2006).
- Sinaga, Pariaman, *Koperasi dalam Sorotan Peneliti*. Jakarta: Rajawali Press (2008).

- Smelser, Neil J., *Sociology*. New Jersey: Prentice Hall Inc. (1981).
- Soekanto, Soerjono, *Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Sosial*, Jakarta: CV. Rajawali (1983).
- Soekanto, Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia (1998).
- Soemardjan, Selo Soemardi, *Setangkai Bunga Sosiologi*, Jakarta: Lembaga Penerbitan UI (1974).
- Soerjanto Poespowardojo, *Strategi Kebudayaan Suatu Pengantar Filosofis*, Jakarta: Gramedia (1989).
- Stanton, William J., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga (1993).
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Empat Belas, Bandung: Alfa Betha (2009).
- Sulistyo, Heru, dan Budhi Cahyono, "Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat di Kota Semarang", *Ekobis*, 11.2 (2010).
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Cet. ke 1, Yogyakarta: UII Press (2005).
- Suparno, Paul, *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Kanisius (1997).
- Supartiningsih, "Konsep Ajoareng-Joa' dalam Tatanan Sosial Masyarakat Bugis (Perspektif Filsafat Sosial)." *Jurnal Filsafat*, 20. 3 (2010).
- Susanti, IAM Dwi, Dwi Putra Darmawan, and NW Sri Astiti, "Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur." *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 2.1(2014).
- Sutami, Wahyu Dwi, "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional." *BioKultur*, 1 (2) Juli–Desember (2012).
- Syani, Abdul, *Sosiologi dan Perubahan Masyarakat*, Bandung: Dunia Pustaka Jaya (1995).



- Tanguay, G. A. Rajaonson, dkk., "Measuring The Sustainability of Cities: A Survey based Analysis of The Use of Local Indicators", *Cirano* (2009).
- Triyaningsih, S. L., "Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11.2 (2012).
- Utomo, Tri Joko, "Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern." *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 6.1 (2011).
- Wasilah, dkk., "Perlindungan terhadap Pasar Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern", *National Academic Journal of Architecture*, 4.1 (2017).
- Werner, Eric, "Cooperating Agents: A Unified Theory of Communication and Social Structure." *Distributed Artificial Intelligence*. Morgan Kaufmann (1989).
- Widiandra, Damasus Ottis, and Hadi Sasana, "Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Economics*, 2.1 (2013).
- Widyasari, Ferninda Arlisa, and Tri Yuniningsih, "Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional "Bangsri" Di Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara." *Journal of Public Policy and Management Review*, 5.2 (2016).
- Wijayati, Putri Agus, "Model Pemberdayaan Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kerakyatan di Kota Semarang", *Paramita: Historical Studies Journal*, 23.2 (2013).
- Yang, B., dkk., "Analysis on Sustainable Urban Development Levels and Trends in China's Cities", *Journal of Cleaner Production*, 14.1 (2016).
- Yeni, Widia Putri, "Wilayah Pelayanan Pasar Muaralabuh Sebelum Dan Sesudah Dipindahkan Lokasi Pasar Di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan." *Jurnal Spasial*, 3.2 (2017).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D., *Services Marketing Integrating Customer Focus across the Firm*. Boston, MA McGraw-Hill/Irwin (2006).

Zunaidi, Muhammad, "Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern." *Jurnal Sosiologi Islam*, 3.1 (2013).

## **B. Sumber Non Pustaka**

FGD (*Focus Group Discussion*) dengan Prof. Dr. H. Syahabuddin, M.Ag., Drs. H. Abu Bakar, MM., dan Rahmatunnair, S.Ag., M.Ag. tentang penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan di Kawasan Bosowasi, 10 Agustus 2019.

Observasi 11 pasar tradisional di wilayah Sinjai tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kabupaten Sinjai, 6 Juli 2019.

Observasi 23 pasar tradisional di wilayah Bone tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kabupaten Bone, 15 Juli 2019.

Observasi 10 pasar tradisional di wilayah Soppeng tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kabupaten Soppeng, 7 Juli 2019.

Observasi 12 pasar tradisional di wilayah Wajo tentang karakteristik pasar-pasar tradisional di Kabupaten Wajo, 14 Juli 2019.

Wawancara dengan Sudarmawati dan Andi Tenri Sanna di Kabupaten Bone tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Bone dari empat aspek, yaitu: Fisik pasar, ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, 29 Juli 2019.

Wawancara dengan Kiki Damayanti dan Andi Mappakaya di Kabupaten Sinjai tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Sinjai dari empat aspek, yaitu: Fisik pasar, ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, 28 Juli 2019.

Wawancara dengan Matahari dan Syamsuddin di Kabupaten Soppeng tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Soppeng dari empat aspek, yaitu: Fisik pasar, ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, 31 Juli 2019.

Wawancara dengan Muh. Tahir Tajang dan M. Jafar Aras di Kabupaten Wajo tentang kontribusi pasar-pasar tradisional terhadap pengembangan wilayah Wajo dari empat aspek, yaitu: Fisik pasar, ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, 30 Juli 2019.

## TENTANG PENULIS



**Syaparuddin**, Jenis Kelamin: Laki-laki, NIDN: 202012680, Dosen Tetap PNS pada Prodi Ekonomi Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, Sulawesi Selatan. Menyelesaikan Program Sarjana S1 (Muamalah) tahun 1996 di IAIN Alauddin Ujung Pandang, Program Magister (S2 Keuangan dan Perbankan Syariah) tahun 2007 dan Program Doktor (S3 Ekonomi Islam) tahun 2011 di **Program**

**Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**. Selain mengajar dan menulis buku, juga aktif dalam pertemuan dan kegiatan ilmiah ekonomi Islam (lokal, nasional dan internasional), penelitian ilmiah ekonomi Islam, dan penulisan artikel pada jurnal ilmiah internasional terindeks scopus (**ID Scopus: 57203352312**) dan jurnal ilmiah terakreditasi nasional (**ID Sinta: 6665992**), antara lain: Jurnal asy-Syir'ah Fakultas Syariah UIN Yogyakarta, Jurnal al-Ulum LP3M IAIN Gorontalo, Jurnal At-Tahrir LP3M IAIN Ponorogo, Jurnal Ulumuna UIN Mataram, Jurnal Inferensi P3M IAIN Salatiga, Jurnal Islamica Pascasarjana UIN Surabaya, dll.



**Sari Utami**, Jenis Kelamin: Perempuan, NIDN: 2017098901, Dosen Tetap PNS pada Prodi Ekonomi Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, Sulawesi Selatan. Menyelesaikan Program Sarjana S1 (Ekonomi

Syariah) tahun 2012 di STAIN Watampone, Program Magister (S2 Keuangan dan Perbankan Syariah) tahun 2015 di **Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**. Selain mengajar, juga aktif meneliti dan menulis artikel jurnal.

### **Korespondensi:**

Email : safarb135@gmail.com

No. WA : 082344936164

Face Book : Syaparuddin Razak

Instagram : @safarrazak

# ISLAM & PASAR *Tradisional*

Buku ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan penulis. Asumsi yang berhasil dibuktikan penulis dalam buku yang anda pegang ini, yaitu: (1) Modernisasi dan perkembangan teknologi ternyata tidak serta merta menghilangkan keinginan masyarakat untuk berbelanja di pasar-pasar tradisional, (2) Model perdagangan demokratis yang dipraktekan di pasar-pasar tradisional ternyata dapat menggerakkan perekonomian masyarakat, dan (3) Inovasi, kemitraan, dan kebijakan yang dibangun di pasar-pasar tradisional ternyata dapat menjadikannya eksis sepanjang masa tanpa mengorbankan kebutuhan generasi masa depan. Mengacu pada pembuktian ketiga asumsi tersebut, maka dapat dikonstruksi sebuah model penguatan pasar-pasar tradisional untuk pembangunan berkelanjutan. Model tersebut dinamakan Model BSWs. Model tersebut diyakini dapat menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat, dapat menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan ritel-ritel perbelanjaan modern, dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dan dapat menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.

**Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.Si.** adalah Dosen Ekonomi dan Keuangan Islam di Prodi Ekonomi Syariah S1 FEBI IAIN Bone dan di Prodi Ekonomi Syariah S2 Pascasarjana IAIN Bone, Sulawesi Selatan.

**Sari Utami, SE. Sy., ME.I.** adalah Dosen Ekonomi dan Keuangan Islam di Prodi Ekonomi Syariah S1 FEBI IAIN Bone, Sulawesi Selatan.

 trust  
media  
publishing

ISBN: 978-602-5599-29-3

