

**POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI PARA PEDAGANG
(Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)**

SKRIPSI



Oleh:
Ayuni Wulandari
NIM. 20181930179011

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2022**

**POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI PARA PEDAGANG
(Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh:
Ayuni Wulandari
NIM. 20181930179011

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

2022

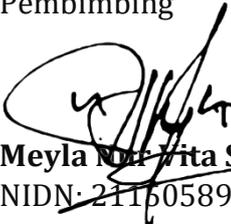
**POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI PARA PEDAGANG
(Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)**

Oleh:
Ayuni Wulandari
NIM. 20181930179011

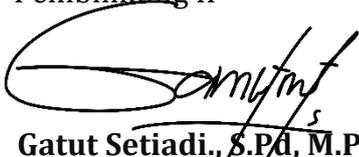
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi Malang,

24 Agustus 2022

Pembimbing


Meyla Nur Wita Sari., S.E, M.Ak
NIDN: 2111058909

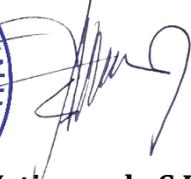
Pembimbing II


Gatut Setiadi., S.Pd, M.Pd
NIDN: 2113127902

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah




Lailatul Istiqomah, S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101

**POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI PARA PEDAGANG
(Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)**

SKRIPSI

Disusun oleh:
Ayuni Wulandari
NIM 20181930179011

Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana pada Hari Rabu
Tanggal 24 Agustus 2022

Penguji I



Dr. Sholihun., SPd.I, M.M
NIDN: 0717087804

Penguji II



Rindra Risdiantoro., M.Pd, M.Si
NIDN: 2111118704

Mengetahui



Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah

Lailatul Istiqomah., S.E.I, M.E
NIDN: 2125109101



Dekan Fakultas
Bisnis dan Ekonomi Islam

SRI MULYANI., S.E, M.E
NIDN: 210609850

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayuni Wulandari
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
NIM : 20181930729011

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“ Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Para Pedagang (Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi di atas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan

Ayuni Wulandari
NIM. 20181930729011

Motto

“Jangan pernah berhenti melakukan hal yang baik walaupun orang lain tidak memberimu penghargaan”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Guru Besar, K. H. Ali Muzakki, pengasuh pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung Malang.
2. Bapak Dr. M. Yusuf Wijaya, L.C., M.M selaku Rektor Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
3. Ibu Sri Mulyani , S.E., M.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
4. Ibu Lailatul Istiqomah., S.E.I, M.E., selaku Kaprodi Program Studi S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
5. Ibu Meyla Nur Vita Sari, M.Ak., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis menyelesaikan Laporan PKL ini.
6. Orangtua, suami dan keluarga yang terus memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.

7. Keluarga besar Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, khususnya teman-teman seperjuangan kami di Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.
8. Seluruh civitas akademika Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
9. Suami (P. Suyanto) dan anak (Faruq dan Faisol) yang menjadi sumber inspirasi yang telah mendo'akan dan mandukungku.
10. Almamaterku IAI Sunan Kalijogo Malang.
11. Teman- teman yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi

Kami menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga

akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat. Amin.

ABSTRAK

Wulandari, Ayuni. 2022. *Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Para Pedagang (Studi Situs Di Pasar Tradisional Kemantren Jabung)*". Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Komunikasi Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Pembimbing (I) Ibu Meyla Nur Vita Sari, M.Ak. (II) Gatut Setiadi., S.Pd, M.Pd

Pengertian potensi adalah suatu kemampuan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan. Potensi pasar berarti peluang penjualan maksimum untuk produk layanan tertentu selama periode waktu tertentu, katakanlah satu tahun. Maka tugas selanjutnya bagi calon pemimpin adalah bagaimana memanfaatkan potensi tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Potensi bisa menjadi kebiasaan atau perilaku jika dikembangkan melalui proses yang teratur. Potensi tidak dapat diciptakan jika manajer dan metode penanganannya tidak sesuai dengan metode dan teori yang ada. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut 1. Apa potensi pendukung dalam meningkatkan ekonomi para pedagang di desa Kemantren?. 2. Bagaimana sistem pengelolaan potensi di pasar tradisional desa Kemantren?. Tujuan penelitian untuk mengetahui potensi pendukung pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi para pedagang di desa Kemantren dan untuk mengetahui sistem pengelolaan potensi di pasar tradisional Kemantren.

Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan sosiologis. Sumber data yang digunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan narasumber. Data sekunder diperoleh dari berbagai penelitian terkait jurnal, artikel dan buku. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dilakukan dengan cara memperoleh informasi secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa potensi pendukung untuk meningkatkan ekonomi para pedagang dan masyarakat di pasar tradisional Kemantren yaitu waktu dan lokasi yang strategis, harga produk lebih murah dan barang yang dijual lebih beragam. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi para pedagang. Untuk sistem pengelolaan pasar desa Kemantren dikelola bersama dengan pihak desa, karena pasar tradisional Kemantren merupakan aset desa Kemantren.

Kata Kunci : Potensi, Pasar tradisional dan Peningkatan ekonomi.

ABSTRAK

Wulandari, Ayuni. 2022. **Potential of Traditional Markets in Improving the Economy of Traders (Study of Sites in Kemantren Jabung Traditional Markets)**". Thesis, Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Islamic Communication, Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang. Supervisor (I) Mrs. Meyla Nur Vita Sari, M.Ak. (II) Gatut Setiadi., S.Pd, M.Pd

Understanding potential is an ability that has the opportunity to be developed. Market potential means the maximum sales opportunity for a particular service product over a certain period of time, say one year. So the next task for prospective leaders is how to take advantage of this potential to achieve the desired goals. Potential can become a habit or behavior if it is developed through a regular process. Potential cannot be created if the manager and his coping methods are not in accordance with the existing methods and theories. The formulation of the problem in this study is as follows: 1. What are the potential supporters in improving the economy of business actors in the Kemantren village?. 2. How is the potential management system in the traditional market of Kemantren village?. The purpose of the study was to determine the potential of traditional market supporters in improving the economy of market participants in the Kemantren village and to determine the potential management system in the Kemantren traditional market.

This type of research used qualitative research with a sociological approach. Sources of data used are primary and secondary data. Primary data was obtained through observation and interviews with informants. Secondary data was obtained from various studies related to journals, articles and books. The type of data used in this research is qualitative data which is done by obtaining information directly.

Based on research conducted by researchers that the potential for supporting economic and community actors in the traditional market of Kemantren is strategic time and location, product prices are cheaper and varied. This greatly affects the economic improvement of business actors. The Kemantren village market management system is managed together with the village, because the Keman market is located in the Kemantren village.

Keywords: Potential, traditional market and economic improvement

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Fokus Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Pasar.....	9
2.2 Jenis pasar.....	11
2.3 Pengertian Pasar Tradisional	14
2.4 Potensi Pasar	22
2.5 Pengelolaan Pasar	24

2.6 Peningkatan Ekonomi	29
2.7 Kerangka Berfikir	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Jenis Pendekatan dan Penelitian.....	43
3.2 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti.....	44
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.4 Lokasi dan Objek Penelitian.....	46
3.5 Sumber data dan Jenis data.....	47
3.6 Teknik pengumpulan data	48
3.7 Instrumen Penelitian.....	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.9 Pengecekan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Pasar.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Data Para Pedagang Pasar Tradisional Kemantren	53
Tabel 4.2 Jenis dan Produk di Pasar Tradisional Kemantren	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	38
------------------------------------	----

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan ekonomi merupakan aspek terpenting yang dapat mendukung kemajuan suatu negara. Kemajuan di bidang ekonomi salah satunya juga dipengaruhi kemajuan teknologi dan perkembangan zaman yang terasa cepat. Bangsa yang besar adalah bangsa yang mampu menumbuhkan dan memajukan ekonomi baik sektor formal maupun informal, untuk memperhatikan pemerataan pendapatan bagi warga negaranya. Perkembangan zaman yang sangat cepat juga mempengaruhi perkembangan ekonomi yang ditandai munculnya era globalisasi yang meluas pada dunia bisnis dan perdagangan, dibuatlah tata kota lengkap dengan sarana dan fasilitas pendukung yang berguna untuk memudahkan akses dalam kehidupan sehari-hari.¹ Salah satunya adalah pembangunan pasar. Dengan adanya pasar tercipta pula lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta bagi perekonomian . Khususnya pembangunan pasar tradisional di lingkungan masyarakat.

Pemahaman pasar adalah area bertemunya penjual dan pembeli barang dan jasa yang ditawarkan yang untuk dijual dan terjadi perpindahan kepemilikannya. Pasar juga merupakan sarana ekonomi yang menjadi tolak ukur dalam peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat di sebuah negara, khususnya daerah kecamatan dimana transaksi ekonomi berlangsung. Sehingga adanya pasar

¹ Muh Ikram Idrus and Miftahul Jannah Nur, 'Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pasar Pa ' Baeng -Baeng Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar)', *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12.2 (2016), 1-13.

di lingkungan masyarakat sangatlah dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, baik pasar tradisional maupun pasar modern.²

Pasar tradisional juga menjadi platform yang sangat berperan penting untuk pengusaha mikro dan usaha kecil seperti bidang pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan untuk menjual produknya dan jumlah unit usaha yang mendominasi dibandingkan dengan jumlah perusahaan di Indonesia. Beberapa orang yang berperan di pasar tradisional adalah petani, nelayan, perajin dan industri dalam negeri (industri umum).³ Maka dari itu, dengan adanya pasar merupakan hal yang vital bagi masyarakat, guna meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya untuk masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah. Pasar tradisional memiliki peluang yang sangat besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi daerah setempat, karena pasar tradisional telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan individu. Apalagi bagi mereka yang ekonominya tidak berdaya, beberapa orang tertentu bahkan mengandalkan pasar tradisional untuk pekerjaan sehari-hari mereka untuk berjualan

Pasar tradisional mempunyai gambaran sebagai tempat rusuh, ceroboh, bau busuk dan kolot. Tidak hanya itu, pasar tradisional juga telah berubah menjadi *icon* dengan kemacetan dan banyak pencopet. Sedangkan orang-orang tertentu, terutama kalangan atas dan pemuda, sering kali berusaha untuk tidak memenuhi kebutuhannya di bidang usaha adat karena dapat menurunkan kemasyhurannya. “Kemosotan” baru dari pasar tradisional telah menyebabkan

² Reza Oktavia Verani, 'Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu', *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu*, 2021, 77.

³ Prof.Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM*, IPB Press, 2020.

banyak orang memutuskan untuk berbelanja di pasar modern, misalnya fokus bisnis, toko umum, toko, *hypermarket*, dan lain-lain.⁴

Pasar tradisional juga dapat dipahami sebagai tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli serta ditandai dengan transaksi langsung antara penjual dan pembeli, sering kali adanya sebuah negosiasi. Bangunan pasar berupa toko, kios, tanah kosong oleh penjual serta pasar terbuka, manajer dan pedagang dengan lima pedagang di pinggiran pasar. Pasar tradisional menawarkan berbagai keperluan masyarakat seperti bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur mayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa, dan lain-lain..⁵

Salah satu pasar tradisional di Indonesia yang terletak di Kecamatan Jabung Kabupaten Malang adalah Pasar Tradisional Desa Kemantren yang berlokasi di pinggir jalan raya. Pasar Kemantren merupakan pasar tradisional yang awalnya hanya sedikit orang yang berjualan dan membeli, namun seiring berjalannya waktu Pasar Kemantren menjadi pasar tradisional yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Julukan pasar itu dikenal karena pasar yang terletak di desa Kemantren.

Pasar Tradisional Kemantren buka setiap hari setelah subuh jam 05.00 - jam 11.00 di Di pasar ini kita bisa menemukan berbagai macam kebutuhan keluarga. Harga yang ditawarkan masih terbilang lebih murah dan barang bisa saja berbeda dengan pasar modern karena pedagang memberikan barang yang dibeli

⁴ Nunung Nurjanah, 'Selamatkan Pasar Tradisional', *Umbara*, 2020
<<https://doi.org/10.24198/umbara.v3i2.29639>>.

⁵ Ahmad Mustafa, 'Potensi Pasar Tradisional Simabur Bagi Masyarakat Di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar', *Jurnal Spasial*, 2.1 (2017)

langsung dari pedagang dan kemudian diberikan kepada pembeli di pasar ini, serta lokasi geologisnya yang sangat dekat dengan daerah padat penduduk. Hal inilah yang membuat pasar adat di Kemantren pada umumnya diserbu dan tidak selalu sepi pengunjung.

Potensi pasar adalah pembahasan mengenai peluang penjualan yang maksimal untuk suatu produk atau jasa tertentu selama periode waktu tertentu, misalnya satu tahun. Memperkirakan potensi pasar melibatkan permintaan saat ini untuk suatu produk dan memprediksi tren pasar di masa depan. Potensi pasar dapat dianalisa melalui penataan dan penilaian pasar serta fasilitas yang disediakan pasar.⁶

Persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional Kemantren adalah tidak banyak orang yang datang berbelanja dan mengatakan bahwa pasar tradisional Kemantren menjual produk yang mahal, namun menurut pengamatan penulis, berbagai macam barang dagangan yang ditawarkan relatif murah dan sesuai dengan perekonomian masyarakat. Selain itu, pasar tradisional Kemantren semakin ramai setiap akhir pekan, dengan orang-orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan realitas yang ada kemudian berbenturan dengan teori, ada kecocokan dan ketidaksesuaian. Potensi pasar tradisional Kemantren untuk berperan dalam menunjang perekonomian para pedagang atau masyarakat, namun pembangunan baru di sana sangat tidak tepat, karena pada kenyataannya pasar Kemantren sendiri tidak rusuh, becek, jorok, dan

⁶ Sholikhuddin (Iain Poorogo), 'Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kualitas Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam', *Illmu Manajemen*, 2021.

lain sebagainya. Kebersihannya selalu dijaga karena terdapat petugas kebersihan yang bertanggung jawab.

Keberadaan pasar pada dasarnya terdiri dari pemberian pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memenuhi berbagai keinginan yang diperlukan untuk keberadaannya. Bahkan masyarakat saat ini tidak dapat memisahkan eksistensi dari pasar, dengan pasar mereka memiliki tempat untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhannya. Perdagangan di pasar tradisional Kemantren merupakan upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, seperti menjual kebutuhan seperti beras, gula, minyak, ikan segar, buah, sayuran, telur, ayam dan sapi, pakaian, sandal, barang-barang rumah tangga. tangga, jasa pengeringan dan pengeringan, kue kering atau basah dan lain sebagainya.

Para pedagang di pasar tradisional Kemantren menata dan menggelar dagangannya di tempat yang sudah disewa pedagang dan disediakan pengelola pasar berupa kios, los atau bedak dan lapak, para pedagang memiliki hanya hak sewa tidak untuk hak milik atas tempat jualannya, sistem pembayaran sewa telah ditetapkan untuk harga pertahunnya . Harga sewa antara lapak dan bedak berbeda, karena bentuk bangunannya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

Pedagang yang berjualan di pasar tradisional Kemantren ini tidak hanya yang berdomisili di desa Kemantren, tetapi dari berbagai luar wilayah Kemantren seperti daerah sekitar Jabung, Pakis dan Tumpang. Pasar tradisional Kemantren memiliki potensi dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat khususnya para pedagang yang berjualan di sana. Dengan menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan upaya tersebut diharapkan dapat menciptakan kondisi bagi masyarakat, khususnya yang berdagang, guna menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik dari sebelumnya. Terutama untuk memenuhi kebutuhan hidup, agar capaian tersebut dapat terwujud secara optimal, perlu menggali lebih jauh potensi yang ada untuk dikembangkan, serta meningkatkan perekonomian pelaku pasar di pasar tradisional Kemantren.

Dari masalah yang ada pada pendahuluan, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dan menghasilkan karya ilmiah dengan judul “POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI PARA PEDAGANG”.

Studi situs

terdapat di Pasar tradisional Kemantren yang terdapat di desa Kemantren Kecamatan

Jabung Malang Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja potensi pendukung pasar tradisional Kemantren dalam meningkatkan ekonomi para pedagang ?
2. Bagaimana sistem pengelolaan potensi dalam meningkatkan ekonomi para pedagang ?

1.3 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui tentang pasar tradisional dan fokus pada potensi pasar tradisional, serta sistem pengelolaan potensi pasar dalam meningkatkan ekonomi para pedagang di pasar tradisional desa Kemantren.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui potensi pendukung pasar tradisional Kemantren dalam meningkatkan ekonomi para pedagang.
2. Untuk mengetahui sistem pengelolaan potensi dalam meningkatkan ekonomi para pedagang pasar tradisional Kemantren?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi tentang potensi pasar tradisional Kemantren dan sistem pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi pedagang di pasar tradisional Kemantren Kecamatan Jabung.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan manfaat bagi pihak pengelola pasar dan semua kalangan tentang pasar tradisional dan juga sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian ataupun melanjutkan penelitian ini.

1.6 Batasan Penelitian

Agar pembahasan sesuai dengan hal yang menjadi fokus penelitian, maka batasan penelitiannya mencakup:

1. Pembahasan potensi pendukung yang terdapat di pasar tradisional Kemantren dalam meningkatkan ekonomi pedagang.
2. Sistem pengelolaan potensi di pasar tradisional desa Kemantren dalam meningkatkan ekonomi pedagang.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat orang membeli dan menjual barang atau jasa dengan harga tertentu. Ini adalah tempat di mana orang dapat bertemu untuk membeli dan menjual barang atau jasa.⁷

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar tidak serta merta terikat pada suatu area yang disebut pasar dalam pemahaman yang biasa. Pasar menurut ilmu ekonomi adalah area yang terdapat sebuah transaksi antara penjual dan pembeli.⁸

Menurut Permendag No 53 Tahun 2008 “Pedoman Penataan dan Pengembangan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern” mendefinisikan pasar, yaitu kawasan tempat barang diperjualbelikan oleh lebih dari satu pemasok, atau disebut pusat perdagangan, pasar tradisional, alun-alun, pusat niaga. Menurut para ekonom, pasar adalah area di mana penjual dan pembeli bertukar barang, seperti pasar real estat, pasar batu bara.⁸

Pasar adalah tempat berkumpulnya orang-orang untuk membeli dan menjual sesuatu. Konsumen, bisnis, dan industri semua perlu menemukan pembeli dan penjual untuk produk mereka. Istilah penjual adalah perusahaan yang menjual barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu, penjual juga termasuk industri penyedia barang atau administrasi yang ditunjuk oleh pembeli. Buruh menjual pekerjaan dan kemampuan mereka, pemilik tanah menjual atau

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020. ⁸ D R Boediono, ‘Ekonomi Mikro’, 2020.

⁸ M. Mursid, ‘Manajemen Pemasaran’, 2010.

menyewakan properti mereka, sementara pemilik modal mengusulkan untuk berbagi keuntungan dari bisnis tertentu. Secara umum, setiap individu akan mengambil bagian ganda dari pembeli dan pedagang.⁹

Pasar merupakan substansi dunia usaha yang memiliki karakter libertarian yang dekat dengan perspektif ramah, moneter dan sosial. Kemampuan pasar menggabungkan daerah setempat sebagai pembeli dan penyalur yang saling membutuhkan. Kehadiran pasar pada dasarnya terdiri dari menawarkan jenis bantuan ke daerah setempat untuk memenuhi berbagai keinginan yang diperlukan untuk kehadirannya. Kelompok masyarakat tidak dapat dipisahkan dari keberadaan pasar, dengan adanya pasar mereka memiliki wilayah untuk mengatasi masalah keluarga.

Pasar dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya pedagang dan pembeli di mana terjadi pertukaran langsung antara pembeli dan pedagang dan sering mencakup interaksi diskusi, pembangunan wilayah pasar biasanya terdiri dari stan atau toko yang menjual produk, penginapan dan lahan kosong yang dibuka oleh penjual dan pasar. kepala suku. Bidang-bidang usaha adat biasanya menjual kebutuhan pokok, seperti beras, gula, minyak, ikan baru, hasil alam, sayur-sayuran, telur, ayam dan hamburger, pakaian jadi, sepatu, perabot keluarga, administrasi kelapa dan gilingan kelapa, makanan yang dipanggang atau kue basah. juga, hal yang berbeda.

Bidang kegiatan yang ada adalah pasar yang digarap oleh kurir, agen rahasia atau koperasi sebagai kutub operasi, toko, rantai distribusi dan kutub

⁹ Adiwarmanto A Karim, 'Ekonomi Mikro Islam. Jakarta', 2011.

kegiatan yang diawasi secara khusus dengan mengutamakan dukungan, permodalan dan dilengkapi dengan harga stiker terpisah. Transaksi di pasar saat ini tidak berhadapan langsung dengan penjual, tetapi pembeli dapat melihat daftar biaya yang dicatat pada barang yang disortir, tenaga kerja, dan produk yang disajikan oleh pengecer. Hal-hal yang disediakan selain makanan yang telah disortir seperti produk organik, sayuran, daging, sebagian besar memiliki daya tahan yang lama.¹⁰

Berdasarkan pernyataan diatas dapat kita pahami bahwa pasar ialah suatu area yang digunakan para penjual atau pembeli, sebagai persediaan barang dan jasa yang di mana terjadi suatu proses interaksi yang terjadi antara dua pihak yaitu penjual dan pembeli. Dimana seorang penjual yang menyediakan jasa atau barang dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

2.2 Jenis pasar

Pemahaman pasar digolongkan menurut beberapa hal, yaitu berdasarkan bentuknya, kelas mutu pelayanannya, lokasi dan daya layanannya, waktu kegiatannya, status kepemilikannya dan berdasarkan barang dagangannya.

1. Berdasarkan bentuknya, pasar diklasifikasikan menjadi tiga jenis:
 - a) Pasar ecer, ialah pasar yang dimana terdapat penawaran dan permintaan akan barang eceran.
 - b) Pasar grosir, ialah pasar yang terjadi transaksi banyak penawaran dan permintaan sangat besar.

¹⁰ Satria, *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010).

- c) Pasar primer adalah tempat pengumpulan dan penyimpanan produk untuk didistribusikan ke pedagang grosir dan kemudian didistribusikan lagi ke pusat pembelian lainnya.
2. Jenis pasar berdasarkan kelas mutu pelayanannya terdiri dari dua jenis yaitu: ¹¹
- a) Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun dan dikelola serta diawasi dengan menggunakan strategi manajemen masa kini, didukung dengan inovasi dan teknologi yang canggih, lebih difokuskan pelayanan dan kenyamanan berbelanja.
 - b) Pasar Tradisional

Pasar tradisional, yaitu pasar yang dibangun dengan fasilitas sederhana yang dikelola secara sederhana, dimana tempat-tempat penjualannya meliputi kios atau toko, los dan tempat yang dibuka oleh pedagang atau pengelola pasar yang didominasi oleh pedagang kecil, menengah dan koperasi dengan proses jual beli melalui transaksi negosiasi.
3. Berdasarkan lokasi dan daya layannya, pasar diklasifikasikan menjadi lima kategori:
- a) Pasar provinsi adalah pasar dengan area penting dan jangkauan luas dengan kapasitas untuk melayani seluruh wilayah negara-kota. Produk yang dapat menjawab permasalahan masyarakat.
 - b) Pasar perkotaan, adalah pasar yang terletak di kawasan esensial, dengan struktur yang besar dan kokoh, cocok untuk melayani seluruh wilayah

¹¹ Indriyo Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Yogyakarta BFFE (Yogyakarta, 2014).

kota, serta produk yang berubah secara ekstensif. Melayani 200.000 hingga 220.000 jiwa. Sektor bisnis ini menggabungkan pasar diskon dan pasar diskon.

c) Pasar provinsi (kabupaten), terutama yang terletak di daerah-daerah penting, terbuka, sangat banyak dibuat dan siap melayani seluruh wilayah kota, produk pertukaran yang cukup. Melayani sekitar 50.000 hingga 60.000 jiwa. Pasar ini terdiri dari pasar retail, pasar khusus, dan pasar induk.

d) Pasar *Ekologis* atau lingkungan, adalah pasar yang terletak di kawasan esensial, dibangun secara tegas/setengah-selama sepanjang masa dan hanya melayani lokasi lokal dan pertukaran barang dagangan yang tidak lengkap. Melayani

10.000 hingga 15.000 penghuni. Pasar ini menggabungkan pasar ritel.

e) Pasar khusus atau bidang usaha yang unik, khususnya yang terletak di daerah-daerah penting, struktur dan struktur super tahan lama/semi tahan lama yang dapat dikerjakan meliputi wilayah metropolitan, serta produk. Perdagangan tersebut mencakup jenis barang dagangan tertentu, misalnya pasar bunga, pasar burung, atau pasar.

4. Seperti yang ditunjukkan oleh jam kerjanya, pasar dicirikan menjadi empat macam:

a) Pasar siang, buka dari pukul 04.00-16.00

b) Pasar malam, buka mulai pukul 16.00-04.00

c) Pasar konstan, buka 24 jam tanpa henti.

- d) Pasar darurat, adalah pasar yang memanfaatkan jalan-jalan umum atau tempat-tempat umum tertentu atas pilihan kepala daerah dan diatuhkan pada waktu - waktu tertentu. Model: Pasar Maulud, Pasar Sederhana Idul Fitri, dan sebagainya.
5. Berdasarkan status kepemilikannya, pasar dibagi menjadi 2 jenis:
- a) Pasar pemerintah, adalah pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat dan daerah.
 - b) Pasar swasta, yang dimiliki dan dikendalikan oleh badan hukum yang memiliki izin dari pemerintah daerah.¹²
6. Pasar tradisional berdasarkan barang dagangannya adalah
- a) Pasar buah adalah pasar yang dikhususkan menjual buah-buahan dan sayur-sayuran. Didalam pasar buah banyak sekali dijumpai bermacam-macam buah dan sayur, misalnya pisang, apel, cabai, bawang merah, dan lainnya.
 - b) Pasar ikan adalah pasar yang di dalamnya khusus menjual barang dari lautan. Misalnya ikan, cumi-cumi, kerang, udang dan lain-lain
 - c) Pasar loak adalah pasar yang didalamnya menjual barang-barang bekas. Contohnya barang bekas adalah baju, onderdil motor, sepeda, dan lainnya.
 - d) Pasar hewan adalah pasar yang menjual jenis hewan, seperti sapi, ayam, burung, dan lainnya.¹³

2.3 Pengertian Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat berkumpulnya antara penjual dan pembeli, produk dan jasa yang tersedia untuk dijualbelikan dan terjadi perpindahan kepemilikan. Pasar juga merupakan alat ekonomi yang menjadi acuan dalam meningkatkan

¹² Galuh Oktaviana, 'Redesain Pasar Tradisional Jongke, Surakarta', *Packaging Magazine*, 2011, 25-52.

¹³ D Indriati SCP and Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional* (Alprin, 2020).

pendapatan ekonomi masyarakat di suatu negara, terutama sub-zona tempat terjadinya transaksi ekonomi. Sedangkan keberadaan pasar di masyarakat merupakan hal yang vital dan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap hari, baik pasar tradisional maupun pasar modern.¹⁴

Pasar sebenarnya adalah suatu posisi sentralisasi dari beberapa pedagang yang sudah lama menetap dan tidak tetap yang berada diruang terbuka atau tertutup atau sebagian jalan terbuka atau sebagian jalan. Selanjutnya, kelompok pedagang menata dagangannya di bangunan pasar dengan kondisi sementara, semi permanen, atau permanen.¹⁵

Secara sosial dan budaya, makna filosofis pasar tidak hanya sebagai lahan untuk membeli produk atau jasa, tetapi juga sebagai tempat berkumpulnya warga untuk berbaur atau berdiskusi dengan nyaman tentang masalah perkotaan.¹⁶

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan diawasi oleh otoritas publik, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha daerah, termasuk kerja sama dengan swasta, sektor dengan bisnis. tempat berupa toko, kios, los, dan lapak yang dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, LSM atau koperasi usaha kecil, dengan modal kecil dan proses jual beli barang/pengelolaan yang disepakati sendiri.

¹⁴ Reza Oktavia Verani, 'Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu', *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu*, 2021, 77

¹⁵ Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, 1999, h 61.

¹⁶ Wahyudi dan Ahmadi, "Kasus Pasar Wonokromo Surabaya Cermin Buruknya Pengelolaan Pasar". *Kompas* (24 Maret 2003), h. 110

Pada umumnya pasar tradisional menjual berbagai kebutuhan pokok, seperti makanan, sayur-sayuran, telur, daging, jajanan tradisional, buah-buahan, Interaksi antara pedagang dan pembeli adalah tatap muka, biasanya negosiasi harga dengan kesepakatan akhir penentuan harga, tetapi ada juga harga yang sudah ditentukan pasar dan transaksinya jelas saat jual beli. Pasar tradisional merupakan indikator negara yang berkaitan dengan evolusi stabilitas harga. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional sebagai kebutuhan dasar menjadi objek pengujian bagi berbagai analisis.¹⁷

1. Ciri – ciri pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat kegiatan perdagangan antara penjual dan pembeli. Pertimbangan harga dapat memiliki dampak psikologis yang signifikan pada masyarakat. Setiap orang yang bersangkutan dalam transaksi perdagangan akan melibatkan seluruh perasaan dan emosi mereka, sehingga timbul komunikasi dan masalah yang kompleks. Penjual dan pembeli mengukur kedalaman hati satu sama lain dan kemudian penentuan dalam hal harga.
- b. Ada lebih dari satu pedagang di pasar tradisional dan para pedagang ini menikmati tempat penjualan yang sudah mereka miliki, dan memiliki semua hak atas barang-barang mereka, sehingga tidak ada pemerintahan, hanya alasan seperti di pasar modern.

¹⁷ S E Dedi Mulyadi, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern* (Media Sains Indonesia, 2021).

- c. Sebagian besar dagangan yang disediakan adalah produk lokal: Barang yang disediakan di pasar tradisional terutama berasal dari produk pertanian di wilayah tersebut. Meskipun ada barang-barang yang berasal dari budaya daerah lain yang dekat dengan daerah tersebut, tapi tidak didatangkan baik dari dalam maupun luar pulau.
- d. Ruang Terbuka dan Tanpa AC Tidak seperti pasar modern yang ber-AC, pasar tradisional tidak ber-AC karena berlangsung di ruang terbuka sehingga tidak memerlukan pendingin.
- e. Pasar tradisional yang dimiliki, dibangun sekaligus dioperasikan oleh pemerintah daerah.
- f. Lokasi bisnis beragam dan terkonsentrasi di satu tempat. Meskipun semuanya berada di lokasi yang sama, masing-masing pemasok menawarkan dan menjual produk yang berbeda. Selain itu, ada juga pengelompokan barang menurut jenis barangnya seperti kelompok perdagangan ikan, sayur-sayuran, umbi-umbian, buah-buahan, rempah-rempah, daging.¹⁸

Adapun pemahaman tentang penataan bangunan usaha di pasar tradisional terdiri dari kios, bedak, los atau lapak dan pelataran atau tepi jalan di sekitar bangunan pasar adalah sebagai berikut:

- a) Kios

¹⁸ Devi Yulianti, M. Arif Musthofa, and Khusnul Yatima, 'Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.1 (2021) <<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.703>>.

Kios adalah bangunan beratap yang berada di kawasan pasar, berbentuk ruang-ruangan dan dipisahkan oleh dinding pemisah permanen berupa tembok. Seluruh bagian bangunan digunakan sebagai penempatan barang dagangan dan posisi depan bangunannya menghadap ke luar area pasar.

b) Bedak

Bedak adalah bangunan yang memiliki atap berada di kawasan pasar, berbentuk ruang-ruang dan dipisahkan oleh dinding-dinding permanen atau semi permanen dengan luas ruang dua kali lebih kecil daripada luas kios. Seluruh bagian bangunan digunakan sebagai tempat penataan barang dagangan.

c) Los

Los adalah bangunan yang memiliki atap permanen atau tetap yang terletak di lingkungan pasar yang berbentuk bangunan tanpa ada dinding pemisah. Biasanya hanya diberi lapak permanen atau sementara (stand- stand) sebagai batasan tempat berjualan atau berdagang.

d) Pelataran

Adalah berupa halaman (emperan) terletak di area pasar yang di manfaatkan sebagai area perdagangan oleh pedagang kaki lima yang datang untuk berjualan.¹⁹

1. Fungsi Pasar Tradisional

¹⁹ Khoirun Nasichin, 'Perancangan Kembali Pasar Karangploso Kabupaten Malang', 2010.

Fungsi umum pasar adalah bahwa pasar mempunyai fungsi mendistribusikan, mengorganisasikan produk, menentukan nilai, dan membentuk harga.

- a. Dengan fungsi distribusi, pasar adalah sarana penyaluran atau pengangkutan produk atau jasa dari pembuat atau produsen dan ke pembeli atau konsumen, dan sekaligus mendekatkan produsen dan konsumen dalam menjalankan transaksi.
- b. Fungsi pasar sebagai produsen adalah fungsi pasar yang berkaitan dengan strategi produsen dalam memproduksi barang dan produksi barang agar sesuai dengan harga di pasar secara efektif.
- c. Fungsi pasar sebagai penentu nilai adalah fungsi pasar menyangkut apa yang harus diciptakan atau diproduksi dalam perekonomian agar produsen cenderung memproduksi barang yang diinginkan oleh masyarakat daripada mereka yang melakukannya. tidak menghasilkan tren penawaran dan permintaan yang dapat menentukan tingkat harga di pasar.
- d. Fungsi pasar adalah menetapkan harga dengan maksud agar harga menjadi kesepakatan sebagai hasil perhitungan antara penjual dan pembeli. Penjual harus sudah memperhitungkan keuntungan atau manfaat yang diinginkan, sedangkan pembeli sudah mempertimbangkan manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan atau diperlukan serta keadaan keuangannya.²⁰

²⁰ Istijabatul Aliyah, 'Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan', *Cakra Wisata*, 18.2 (2017), 16.

Menurut Pedoman Teknis Badan Layanan Umum Daerah pasar di Kabupaten, kota tahun 2010, bahwa pasar memiliki fungsi pengembangan ekonomi masyarakat yaitu:

- a) Pasar tradisional adalah area para kalangan warga dari segala lapisan mendapatkan kebutuhan pokoknya dengan harga yang lebih murah.
- b) Pasar lebih gampang diakses oleh sektor ekonomi menengah ke bawah.
- c) Pasar merupakan sumber pendapatan daerah melalui penerimaan dari transaksi pasar.
- d) Pasar juga termasuk sarana distribusi ekonomi yang dapat menambah lokasi usaha di bidang jasa dan menciptakan lapangan kerja

2. Keadaan Pasar Tradisional Secara Umum

Keadaan umum pasar tradisional tentunya sudah diketahui masyarakat luas, yang telah menjadi identitas pasar tradisional, seperti uraian berikut.

- a. Ramai antara pembeli dan penjual
- b. Bau tidak sedap yang membuat kepala pusing (campuran sayur, daging, ayam, kelapa, makanan dan bau lainnya)
- c. Banyak lalat beterbangan di sekitar pasar.
- d. Tempat yang sama dengan basah dan berlumpur.²¹

3. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tradisional

A. Pasar tradisional memiliki beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan pasar masa kini. Adapun kelebihan pasar tradisional yaitu sebagai berikut :

²¹ SCP, D Indriati, and Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional* (Alprin, 2020)

- 1) Pasar di dekat kawasan pemukiman harus berfungsi lebih efektif dan efisien.
- 2) Produk atau barang yang dijual lebih segar, seperti bahan-bahan, sayuran dan daging. Hal ini dijelaskan oleh pedagang yang membeli langsung dari petani.
- 3) Harga bisa dinegosiasikan, sehingga bisa mendapatkan harga yang lebih murah jika membeli dalam jumlah banyak.
- 4) Pembeli dari masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah merasa lebih aman di pasar tradisional daripada di pasar modern.
- 5) Pedagang mengerti betul bahwa pembeli mereka berasal dari kelas menengah, dan ini memungkinkan mereka untuk membeli barang dalam jumlah yang sangat kecil.
- 6) Hubungan antara penjual dan pembeli cukup akrab dan dapat diandalkan sehingga memungkinkan pembeli untuk membeli secara kredit.
- 7) Untuk menjaga kontak dengan konsumen, pedagang sering menawarkan diskon atau hadiah pada hari-hari tertentu.
- 8) Pedagang sangat memahami kualitas produknya sehingga dapat menginformasikan dan menyarankan pembeli ke produk terbaik..

B. Pasar tradisional memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan pasar modern. Kekurangan pasar tradisional ialah sebagai berikut:

- 1) Masalah infrastruktur yang tidak memadai seperti kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang tidak terawat, kurangnya tempat parkir dan sirkulasi udara yang buruk.

- 2) Ketidakmampuan untuk mengenali karakteristik pedagang tradisional, seperti strategi yang tidak direncanakan dengan baik.
- 3) Kurangnya memelihara fasilitas membuat pasar tradisional kurang terawat.
- 4) Ada pedagang kaki lima yang tidak mematuhi aturan karena berjualan di pinggir jalan membuat pasar terlihat semrawut.
- 5) Pengelolaan pasar kurang tegas dalam menangani pedagang kaki lima belum terlaksana dengan baik.
- 6) Di sebagian pasar tradisional, terjadi kekejaman yang sangat mengganggu kelancaran transaksi antara pembeli dan penjual.
- 7) Tidak ada kontrol atas barang yang dijual dan standarisasi ukuran dan timbangan.
- 8) Penjualan makanan siap saji pada dasarnya tidak sehat.²²

2.4 Potensi Pasar

Potensi berasal dari bahasa latin yaitu *potentia* yang artinya kemampuan. Potensi secara istilah adalah kemampuan dasar yang memungkinkan untuk dikembangkan.²³ Sedangkan pengertian pasar adalah kumpulan antara permintaan dan penawaran suatu harga produk atau jasa, tempat untuk pertukaran perdagangan.²⁵ Adapun potensi pasar (*Market Potential*) adalah ukuran atau nilai total pasar dalam rupiah, setiap orang memiliki hubungan terhadap produk atau jasa yang memiliki daya beli, membeli produk atau jasa.

²² Satria, "Pasar Modern dan Pasar Tradisional", 2010.

²³ Ensiklopedi Indonesia, *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, (Jakarta: Pakhi Pamungkas, 1997), h. 358 ²⁵ Achmad Sidik, 'Penentuan Lokasi Pasar Induk Beras Di Kabupaten Subang', 2009.

Potensi merupakan kekuatan yang dimiliki setiap orang, hanya saja kekuatan tersebut belum tersalurkan secara ideal. Dengan itu, tugas manajer potensial adalah bagaimana mengelola potensi saat ini untuk mencapai potensi yang besar. Potensi dapat menjadi besar bilamana diawasi dan dilaksanakan melalui proses yang teratur. Karena potensi tersebut tidak diakui secara optimal jika kepemimpinan dan sistem manajemen tidak sesuai dengan metode atau teori yang telah diidentifikasi.²⁴

Potensi pasar adalah pernyataan mengenai peluang penjualan maksimum untuk produk dan jasa tertentu yang ditemukan misalnya satu tahun. Perkiraan potensi pasar melibatkan permintaan sekarang terhadap produk dan proyeksi kecenderungan di masa yang akan datang.²⁵ Potensi dapat dianalisis melalui penataan pasar, penetapan harga, serta sarana dan prasarana yang ada di pasar tersebut.

Sehingga potensi merupakan suatu daya yang dimiliki oleh sesuatu, tetapi daya tersebut belum dimanfaatkan secara optimal dan benar. Oleh karena itu, upaya berikutnya pengelola potensi adalah memanfaatkan potensi ini untuk sampai pada potensi yang belum muncul. Potensi bisa menjadi perilaku yang baik apabila dikembangkan melalui proses yang tertata. Karena potensi, tidak akan terwujud apabila pengelola dan cara pengelolaannya tidak sesuai strategi atau spekulasi yang tidak sepenuhnya baku.

Pasar tradisional memiliki potensi yang tak terbantahkan, baik secara ekonomi maupun sosial, Menurut Sadilah dkk adalah sebagai berikut.

²⁴ Sholikhuddin (Iain Poorogo) *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kualitas Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam*, *Illmu Manajemen*, 2021.

²⁵ Tanaka Ardianto Lukas dan Marlina Evi, 'Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard', *UNMUH Ponorogo Press*, 1.6 (2017), 17.

- a) Pasar dapat menghidupi ribuan orang secara ekonomi. Dengan kata lain, pasar merupakan sarana pemenuhan kebutuhan hidup atau sarana ruang bagi penentuan nasib sendiri ekonomi rakyat.
- b) Pasar sebagai ruang publik dibangun atas nilai-nilai saling percaya, menghormati, dan menghargai. merupakan wadah untuk membentuk struktur hubungan sosial ekonomi.
- c) Pasar tentu saja dapat membentuk komunitas dari berbagai kelompok sosial, seperti pedagang besar, pedagang kecil, pembaca, pedagang kaki lima, pekerja angkutan, dan pembeli.²⁶

2.5 Pengelolaan Pasar

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan merupakan terjemahan dari *Management*. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola dan mengendalikan. Manajemen itu sendiri adalah suatu proses untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan.²⁷

Manajemen atau pengelolaan adalah sesuatu yang membahas cara yang paling umum dalam menentukan sebuah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.²⁸

²⁶ Emiliana Sadilah and others, *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi Dan Jaringan Pasar Tradisional Di Kota Semarang-Jawa Tengah* (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2011).

²⁷ Nur Fitriyati, 'Study Tentang Pengelolaan Pasar Tradisional Pada Unit Pasar Suruh Kabupaten Semarang', *Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang*, 59.

²⁸ T Hani Handoko, 'Manajemen Personaliala Dan Sumber Daya Manusia Yogyakarta', *BPFE Yogyakarta*, 2011.

Pengertian Manajemen menurut Parker (Stoner & Freeman) yang ditulis oleh Husaini Usman adalah keahlian mengurus bisnis melalui individu (The art of getting things done through people). Manajemen dalam arti luas adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan (P3) aset sumber daya organisasi guna mencapai tujuan secara benar dan efektif.²⁹

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang di dalamnya membahas perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional. Pemberdayaan atau penguatan pasar tradisional merupakan upaya pemerintah untuk mengamankan keberadaan sektor usaha konvensional agar dapat berkembang lebih baik lagi untuk menyaingi gerai ritel dan toko yang ada saat ini.³⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu cara atau proses perencanaan, pengorganisasian, pemantauan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga dapat bekerja dengan sungguh-sungguh, berhasil dan efektif.

2. Fungsi dan Tujuan Pengelolaan

1) Perencanaan

²⁹ Husaini Usman, 'Manajemen: Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan', 2013.

³⁰ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Pasal 10 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Menurut Rahadjo Adisasmita dalam bukunya tentang pengelolaan anggaran dan pendapatan daerah, perencanaan dalam arti luas adalah suatu siklus metode dalam latihan perencanaan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Handoko dalam buku Rahadjo Adisasmita tentang penganggaran dan pengelolaan pendapatan daerah, ia menyatakan bahwa perencanaan adalah

- a. Memilih atau mendefinisikan tujuan organisasi.
- b. Menetapkan strategi, pendekatan, proyek, program, metodologi, strategi, kerangka kerja, rencana pengeluaran, dan prinsip yang diharapkan untuk mencapai tujuan.³¹

2) Pelaksanaan

Menurut Weatra, Dkk mengemukakan pengertian pelaksana adalah upaya-upaya yang dilakukan untuk mewujudkan semua strategi dan kebijakan yang telah disusun dan ditentukan, semua kebijakan yang direncanakan sudah disusun, dan ditentukan serta memenuhi semua kelengkapan perkakas yang diperlukan, orang yang akan melakukannya, lokasi tempat dan kapan akan dilakukan.³²

3) Pengawasan

Kata pengawasan digunakan sebagai arti harfiah dari kata kontrol. Oleh karena itu, konsep pemantauan mencakup semua penelitian, pengamatan dan pengukuran kemajuan operasional sesuai dengan rencana yang telah ditentukan, interpretasi dan perbandingan hasil yang

³¹ Rahardjo Adisasmita, *Pengelolaan Pendapatan Dan Anggaran Daerah* (Pusat Pengembangan Keuangan dan Ekonomi Daerah, Fakultas Ekonomi ..., 2009).

³² *ibid.*

diperoleh dengan standar yang dipersyaratkan, mengambil tindakan korektif jika terjadi penyimpangan dan membandingkan hasil yang digunakan dengan input.³³

Dalam bab 2 pasal 2 Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012. Tujuan pembinaan dan pembinaan bidang usaha adat antara lain:

1. Membuat pasar yang tertib, teratur, terlindungi, bersih dan kokoh, perbaikan administrasi ke daerah.
2. Menjadikan sektor usaha adat sebagai pendorong utama perekonomian wilayah.
3. Membuat sektor bisnis tradisional berdaya saing dengan dan toko masa kini.³⁴

3. Indikator Pengelolaan Pasar yang Berhasil

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, indikator pengelolaan pasar yang efektif memerlukan manajemen operasional adalah sebagai berikut : ³⁷

- 1) Administrasi langsung
 - a) Lugas dan mahir memasarkan dewan eksekutif.
 - b) Menghasilkan pedoman-pedoman yang dijunjung tinggi dan sanksi yang tegas bila dianggap ada pelanggaran.

- 2) Keamanan

³³ Zainul Arifin, 'Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah. Tangerang' (Azkia Publisher, 2009).

³⁴ Andi Sudarmanto and Yenny Dwi Artini, 'Pemberdayaan Pasar Tradisional (Hasil Penelitian Di Pasar Gamping Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta)', *Paradigma: Jurnal Ilmu Administrasi*, 6.2 (2019), 106–28. ³⁷ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Pasal 10 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Divisi keamanan pasar bekerja dengan tanggung jawab penuh dan mengatur dan membantu penduduk/dealer. Semua termasuk memiliki perhatian yang tinggi untuk menjaga keamanan.

3) Sampah

Sampah tidak tersebar kemana-mana. Pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tempat sampah disediakan di tempat yang berbeda, sehingga memudahkan tamu dan pedagang membuang sampahnya. Pembuangan sampah sementara umumnya tidak terkumpul dan tidak rusak karena akan terusmenerus dipindahkan oleh truk pengangkut ke tempat pembuangan terakhir secara konsisten.

4) Ketertiban

Hal ini terjadi karena pelaksana telah mengikuti semua aturan yang telah ditetapkan dan dapat menjamin kedisiplinan serta bertanggung jawab atas kenyamanan pengunjung dan pembeli.

5) Pemeliharaan

Dukungan struktur pasar dapat diselesaikan oleh dua pihak yaitu pedagang dan pengelola. Untuk situasi ini, telah ada keakraban yang tinggi dengan penghibur untuk membantu menampilkan papan tetap dengan kantor dan kerangka pasar, misalnya saluran udara, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain-lain.

6) Pasar sebagai sarana / fungsi interaksi sosial

Pasar, yang merupakan tempat pertemuan perwakilan dari berbagai kelompok etnis di negara ini, merupakan sarana kerja sama dan imajinasi yang penting. Ciptakan suasana harmoni dan kesepakatan

7) Produktivitas pasar cukup tinggi

Pemanfaatan pasar secara optimal untuk berbagai aktivitas transaksi. Itu adalah waktu yang sangat rapi dan teratur:

- a) Dari pukul 05.30 sampai dengan 09.00, pergerakan pasar diperuntukkan bagi pedagang kaki lima, khususnya untuk makanan sarapan pagi/jajanan pasar.
 - b) Dari pukul 04.00 hingga 17.00, lokasi pasar terlihat untuk berdiri dan memperlambat pedagang dan menjual makanan biasa.
 - c) Dari pukul 06.00 hingga 24.00, terlihat aksi pasar bagi para pelaku bisnis.
 - d) Dari pukul 16.00 hingga 01.00 pergerakan pasar harus terlihat oleh pedagang tenda.
- 8) *Event* atau penyelenggaraan kegiatan
- Menyelenggarakan acara meluncurkan produk baru secara berkala dengan menawarkan banyak hadiah menarik kepada pengunjung Hal ini dilakukan bekerja sama dengan produsen
- 9) Promosi
- Daya pikat pasar dibuat oleh atribut dan keunikan untuk klien. Daya tarik ini harus dikemas dengan cara yang berbeda, mulai dari jenis barang dagangan dan makanan yang ditawarkan hingga program waktu terbatas yang berbeda.

2.6 Peningkatan Ekonomi

Ekonomi, secara umum, didefinisikan sebagai studi tentang perilaku manusia dalam pemanfaatan aset yang sedikit untuk menghasilkan tenaga kerja

dan produk yang dibutuhkan manusia.³⁵ Selain itu, ekonomi dalam istilah yang tidak ada habisnya ada beberapa pengertian sebagai berikut:

1. Perspektif Adam Smith, masalah keuangan adalah "studi tentang kekayaan atau ilmu pengetahuan yang secara eksplisit berkonsentrasi pada metode kelimpahan suatu negara dengan memusatkan secara eksplisit pada alasan material untuk sukses, misalnya modern, hortikultura, dan sebagainya.
2. Marshall menyatakan: "Aspek keuangan adalah: Penyelidikan usaha individu dalam kewajiban pekerjaan dalam rutinitas rutin mereka. Aspek keuangan memeriksa keberadaan manusia yang berhubungan dengan bagaimana ia memperoleh upah dan bagaimana ia menggunakan upah itu."³⁶

Mengingat ekonomi adalah studi tentang cara manusia berperilaku dan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beragam dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui proses produksi, konsumsi dan distribusi. Sedangkan pengertian ilmu ekonomi menurut para ahli mendefinisikan sebagai berikut:

1. Ilmu ekonomi atau ekonomi politik (Political economy), adalah investigasi latihan yang atau sebaliknya tanpa penggunaan uang tunai, termasuk atau termasuk pertukaran perdagangan antar individu.
2. Ilmu ekonomi adalah studi tentang bagaimana individu menetapkan keputusan ideal untuk mengeksploitasi aset yang berguna (tanah, pekerjaan, produk modal seperti perangkat keras, dan informasi khusus), jarang dan terbatas jumlahnya, untuk disampaikan produk yang berbeda (misalnya biji-bijian, daging, mantel, perahu, layar, pertunjukan, jalan tol, pesawat) serta

³⁵ Beni Rahmad, 'Filsafat Hukum Islam Dalam Bidang Muamalah'.

³⁶ Hendra Safri, 'Pengantar Ilmu Ekonomi', *Diterbitkan Oleh: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo*. Palopo, 2018.

membagikan atau mendistribusikan kepada berbagai lapisan masyarakat untuk pemanfaatannya.³⁷

Peningkatan adalah cara untuk mendapatkan keahlian atau kapasitas yang unggul. Peningkatan ekonomi adalah sesuatu yang harus benar-benar selesai untuk memberikan bantuan pemerintah kepada daerah.³⁸ Tujuannya adalah untuk mengatasi masalah melalui tiga kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Dari tiga latihan utama, penciptaan dapat dicapai sebagai produsen, pendistribusi sebagai pengiklan atau pedagang, dan pembeli atau konsumen sebagai klien atau individu yang membutuhkan barang jadi, menggunakannya tergantung pada situasi. Latihan-latihan utama ini memainkan peran penting dalam bekerja di bidang ekonomi.

Di usaha produksi, posisi produsen dan konsumen sama pentingnya, satu bagian memproduksi, yang lain membutuhkan. Ada banyak cara untuk menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, salah satunya melalui pasar. Orang-orang datang ke pasar untuk membeli dengan kebutuhan yang berbeda, transaksi terjadi dan membuat uang beredar. Oleh karena itu, pasar adalah lokomotif ekonomi kerakyatan. Pasar juga memiliki peran lain sebagai berikut:

1. Peran penting bagi produsen, antara lain:
 - a) Sebagai tempat menjual barang dagangan.
 - b) Tempat untuk menawarkan barang.
 - c) Tempat untuk mendapatkan alat-alat produksi atau faktor-faktor produksi.

³⁷ *ibid.*

³⁸ Metti Paramita, Sofian Muhlisin, and Ikhsan Palawa, 'Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal', *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.1 (2018), 19.

2. Peran bagi konsumen, pasar memegang peranan penting karena memudahkan mereka untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Semakin banyak ragam barang dagangan yang tersedia, semakin banyak pembeli yang datang, karena pembeli akan menemukan produk yang mereka butuhkan.
3. Peran bagi SDM, keberadaan pasar dapat memberikan kesempatan kerja dan menjadi peluang usaha bagi semua orang. Pasar konsumen yang padat akan mampu berkembang dan menyaring tenaga kerja dalam jumlah besar, untuk membantu menurunkan angka pengangguran yang ada.
4. Peran pasar dalam pembangunan, pasar yang berkembang akan memberi pengaruh positif bagi kehidupan manusia. Warga akan lebih sejahtera. Pemenuhan aspek pembangunan juga bisa didapatkan di pasar, selain itu negara menerima pendapatan dari kegiatan pasar berupa pajak dan pemasukan KAS. Pendapatan tersebut dimanfaatkan untuk pembangunan teritorial dan publik.

Peningkatan ekonomi adalah suatu kondisi di mana seseorang yang baru-baru ini membutuhkan lebih banyak uang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dapat memperoleh lebih dari gaji mereka.

Menurut Adi S peningkatan berasal dari kata tingkat, yang berarti lapisan atau lapisan dari sesuatu yang kemudian, pada saat itu, membingkai suatu rencana. Tingkat bisa berarti posisi, level dan kelas. menyiratkan sesuatu kemajuan, berkaitan dengan kualitas dan jumlah.³⁹

Peningkatan ekonomi di masyarakat erat hubungannya dengan pendapatan.

³⁹ Yandry Pagappong, 'Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang', *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1.1 (2015), 1–11.

Pendapatan adalah seberapa banyak gaji yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya gaji seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan, dengan demikian pendapatan merupakan garis besar posisi keuangan keluarga dalam di arena publik hingga situasi keuangan keluarga di mata publik.⁴⁰

Dalam kehidupan setiap hari pendapatan juga mempengaruhi dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, sehingga dapat terjadi keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran yang terjadi. Pendapatan juga dapat dipertimbangkan untuk bisnis, apakah aktivitas yang dilakukan termasuk dalam jadwal untung atau rugi. Pendapatan dikatakan stabil terhadap perekonomian seseorang jika jumlahnya lebih besar dari pengeluaran sehari-hari orang tersebut.⁴¹

Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor, ialah sebagai berikut:

a) Barang

Salah satu perintah utama pemimpin atau menejer adalah rencana sebuah *item*, misalnya mencari proposisi untuk peningkatan penting untuk konfigurasi *item* setelah protes pelanggan.

b) Biaya

Jumlah yang harus dibayar pembeli untuk suatu barang karena protes pelanggan.

c) Distributor

Mediator produk dari pembuat ke pembeli, semakin luas penyebarannya, semakin menonjol efeknya pada kemajuan penawaran.

⁴⁰ Elria Mitra Dini, 'Sistem Pengolahan Pendapatan Pasien BPJS Rawat Jalan Pada RSI. Ibnu Sina Padang' (Universitas Andalas, 2019).

⁴¹ Khairul Rizal, *Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit* (Cv Literasi Nusantara Abadi, 2021).

d) Promosi

Promosi adalah hal yang mendasar untuk menyampaikan, mempengaruhi dan mengingatkan pembeli untuk memilih program yang diberikan oleh organisasi.

Pendapatan individu juga dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain adalah sebagai berikut :

- a) Jumlah variabel penciptaan yang diklaim dari dana investasi dan warisan tahun ini atau dari hadiah.
- b) Unit cost masing-masing variabel kreasi, unit ini tidak sepenuhnya ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar sebesar faktor produksi.
- c) Kinerja anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Jadi cenderung diartikan bahwa peningkatan ekonomi adalah apa yang terjadi di mana sudah tidak memiliki cukup uang untuk mengatasi masalah sehari-hari, dapat memperoleh jumlah gaji yang sangat besar untuk memenuhi harapan individu untuk kenyamanan sehari-hari.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Skripsi	Metode	Hasil Penelitian
----	------------	---------------	--------	------------------

	Hardianti S	<p>Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Pasar Suli Kabupaten Luwu Dalam Perspektif Ekonomi Islam</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan: Sistem yang dilakukan oleh para pedagang di pasar adat Suli untuk mendongkrak barang yang dijual dan diperdagangkan adalah: Menjaga sifat barang dagangan misalnya menjaga kerapian dan kehalalan barang,, mengembangkan lebih lanjut kualitas administrasi dengan memberikan dukungan yang lebih terampil, ramah dan sadar dari klien lama, menerapkan pedoman kejujuran dalam mengukur, memperkirakan dan memastikan. Siklus dibuat lugas dan terlihat lurus oleh pembeli untuk mengumpulkan kepercayaan klien. 2. Kemampuan pasar adat Suli,</p>
--	-------------	---	------------	--

				<p>khususnya: biaya lebih rendah, barang lebih beragam, metodologi pengaturan keseluruhan khusus menjauhi riba dan gharar, menjaga kerapian produk dan kepercayaan pelanggan⁴²</p>
2.	Irvan Setiawan	<p>Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang (Studi di Pasar Gayam, Sidomulyo, Kebonagung, Pacitan)</p>	Kualitatif	<p>Berdasarkan hasil kajian, jelas bahwa potensi dukungan ekonomi masyarakat pasar Gayam terletak pada harga komoditas yang lebih rendah, komoditas yang beragam dan lokasi yang strategis. Adapun kerangka administrasi potensi pasar Gayam dikelola bersama dengan desa, karena pasar Gayam salah satu sumber daya atau aset desa. Dampak pengelolaan potensi pasar terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sangat besar pengaruhnya</p>

⁴² Hardianti S, 'Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Pasar Suli Kabupaten Luwu Dalam Perspektif Ekonomi Islam' (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019).

				terhadap peningkatan perekonomian, karena barang-barang unggul di pasar Gayam selalu diapresiasi oleh pengurus masyarakat. ⁴³
3.	Nurul Pauziah	Pengelolaan pasar oleh bumdes dalam meningkatkan perekonomian pedagang di desa jake kecamatan kuantan tengah kabupaten kuantan Singingi menurut perspektif Ekonomi syariah	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian pengelolaan pasar berjalan dengan lancar, meskipun masih ada responden yang berpendapat bahwa perencanaan dan pengorganisasian belum berjalan dengan baik. Unsur-unsur pendukung pengelolaan pasar Bumdes dalam meningkatkan perekonomian pedagang adalah administrasi yang baik serta dukungan pemerintah dan fasilitas. Sedangkan faktor pembatasnya adalah terbatasnya warung dan lokasi pasar yang sempit.

⁴³ Irvan Setiawan, 'Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang (Studi Di Pasar Gayam, Sidomulyo, Kebonagung, Pacitan)' (IAIN Ponorogo, 2020).

				Evaluasi ekonomi syariah
				terhadap pengelolaan pasar, kepatuhan terhadap ketentuan ekonomi syariah yaitu keadilan, akuntabilitas, arah dan

				selektivitas informasi. ⁴⁴
4.	Febria Lesmita Sari	Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Kabun Rokan Hulu Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah		Penelitian yang didapatkan ini menjelaskan bahwa peranan pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Kabun Rokan Hulu yaitu membantu perekonomian keluarga, mudah menyalurkan barang yang dijual membuka lapangan pekerjaan masyarakat Desa Kabun dan juga dapat meningkatkan perekonomian pedagang Desa Kabun Rokan Hulu. Demikian pasar tradisional sangat berperan dalam kehidupan pedagang masyarakat Desa Kabun. Faktor

⁴⁴ Nurul Pauziah, 'Pengelolaan Pasar Oleh BUMDES Dalam Meningkatkan Perekonomian Pedagang Di Desa Jake Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2019).

				<p>penghambat pasar tradisional Kabun Rokan Hulu adalah wilayah pasar terlalu sempit, banyaknya sampah berserakan, saluran dan selokan selalu tersumbat, serta faktor yang terjadi adalah parkir terlalu sempit. Dalam tinjauan ekonomi syariah pasar tradisional Kabun belum sempurna karena ada beberapa faktor yaitu kebersihan kurang terjaga, tempat parkir yang sempit dan pemerintah dinilai kurang memperhatikan pasar tradisional Kabun.⁴⁵</p>
5.	Diaul Muhsinat	Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar meningkatkan perekonomian para pelaku usaha. Potensi pasar Cekkeng memang lebih murah. Kedua, produk, strategi waktu dan tempat lebih</p>

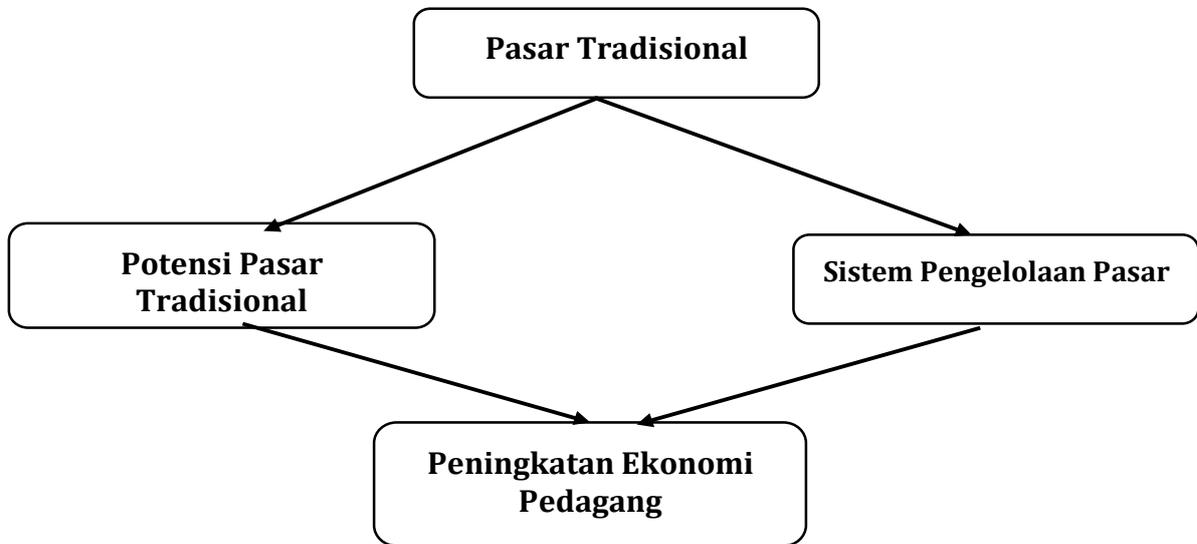
⁴⁵ Febria Lesmita Sari, 'Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Kabun Rokan Hulu Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

		<p>Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng Di Kab. Bulukumba)</p>	<p>beragam. Selain itu, faktor pendukung lainnya juga menjadi perhatian pemerintah daerah, yaitu pertama, adanya tindakan pengendalian harga. Kedua, untuk mencegah penipuan pasar, seperti skala dan pengukuran. Ketiga, mencegah penjualan barang rusak, serta tindakan yang melanggar etika. Dengan memaksimalkan potensi yang ada di pasar tradisional Cekkeng dapat meningkatkan pendapatan para pelaku dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Bulukumba, mewujudkan kemandirian individu dan masyarakat dengan melakukan kegiatan produktif untuk swasembada, bertujuan untuk menjamin penghidupan</p>
--	--	---	--

⁴⁹ Diaul Muslihat, "Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam," Skripsi (Makasar: UIN *Alauddin* Makasar, 2016) .

2.8 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Pendekatan dan Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (field research). Alasan penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena langsung berkaitan dengan objek yang diteliti yaitu lokasi dan para pedagang serta berkaitan dengan pihak pengelola yang ada di pasar tradisional Kemantren Kecamatan Jabung Kabupaten Malang.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis sehingga dapat dimasukkan dalam penelitian kualitatif. Selain itu, alasan berfungsi sebagai panduan untuk memastikan bahwa fokus penelitian konsisten dengan fakta di lapangan. Metode deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah cara yang membantu untuk memahami apa yang terjadi. Penelitian kualitatif ini merupakan teknik deskriptif yang mempelajari keadaan berdasarkan fakta-fakta yang diketahui saat ini. Penelitian kualitatif dirancang untuk mengumpulkan data secara rinci sehingga kita dapat memahami fenomena secara utuh. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, artinya keadaan subjek penelitian saat ini digambarkan dengan menggunakan fakta-fakta yang ada.⁴⁶

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis. Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis situasi orang-orang pasar tradisional Kemantren, untuk menganalisis secara langsung realitas di lapangan terkait pengaruh serta potensi pasar tradisional Kemantren dalam meningkatkan ekonomi guna

⁴⁶ Sutrisno Hadi, 'Metodologi Research', *Universitas Gajah Madha*, 2014.

menyejahterakan masyarakat, akan memungkinkan data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah di dalam mengungkapkan secara deskriptif dan mendalam mengenai objek kajian yang diteliti, termasuk strukturnya, hierarkinya, dan berbagai fenomena sosial yang relevan dengan penelitian ini. Sehubungan Interaksi lingkungan dianalisis menurut unit sosial, individu, kelompok, institusi atau masyarakat.

3.2 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti

Fokus penelitian hanya kami tujukan untuk menggali informasi mengenai potensi dari Pasar Tradisional Kemantren dalam meningkatkan ekonomi para pedagang dan kami menfokuskan untuk mewawancarai dan mencari data dari pengelola pasar, pembeli dan para pedagang di Pasar Kemantren Jabung. Kehadiran peneliti juga termasuk sebagai pembeli yang juga menjadi konsumen di pasar Kemantren.

3.3 Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dirujuk dalam laporan skripsi ini adalah tahapan-tahapan yang berhubungan dengan cara pemeriksaan yang paling umum. Fase fase penelitian yang diselesaikan ilmuwan meliputi tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan, dan tahap analisis data, sebagai berikut:

1) Langkah Pra-lapangan

Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah melacak referensi terkait.

Analisis diharapkan bisa untuk melacak data tentang potensi pasar dan memasarkan kerangka kerja eksekutif dan menyajikannya dengan judul

"Kemampuan sektor bisnis tradisional dalam memperluas penghibur keuangan".

Tahapan pemeriksaan tersebut antara lain:

- a. Penentuan lokasi penelitian.

- b. Meminta perizinan terkait proses penelitian.
- c. Menyusun pedoman wawancara.
- d. Persiapan alat penelitian.

2) Tahap Pelaksanaan

Setelah memperoleh izin untuk melakukan penelitian, peneliti akan memasuki subjek penelitian dan segera mengumpulkan informasi melalui persepsi dan informasi dari informan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan potensi pasar dan menyajikan laporan dalam bentuk dokumentasi untuk setiap informasi yang didapat saat wawancara.

3) Tahap analisis data

Bondan dan Biklen, dikutip oleh Husaini dan Purnomo, mengatakan bahwa “analisis data adalah metode khusus untuk memeriksa dan mem informasi melalui catatan wawancara, catatan, dan pekerjaan langsung.⁴⁷

Sementara itu, Nasution dalam buku karya Husaini dan Purnomo juga menyatakan bahwa “Analisis data adalah Pemeriksaan informasi adalah cara yang paling umum untuk mengumpulkan informasi sehingga sangat baik dapat diuraikan dengan jelas. Mengorganisasikan informasi berarti mengumpulkan atau mengelompokkan ke dalam klasifikasi pola atau tema. Menguraikan atau mengubah kata adalah memberi arti pentingnya penyelidikan analisis. Untuk menjelaskan pola atau kategori dan untuk mencari hubungan antara berbagai ide yang berbeda.⁴⁸

Dari beberapa pendapat di atas mengenai definisi analisis data di atas selesai maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa analisis data adalah

⁴⁷ Purnomo Setiady Akbar Husaini Usman, 'Metodologi Penelitian Sosial', Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

⁴⁸ *Ibid.*

kegiatan analisis yang bertujuan untuk mengklasifikasikan data untuk memperoleh pola hubungan, sistem, topik, menjelaskan apa yang penting dan menyampaikan atau melaporkannya dalam studi informasi faktual. diperoleh dari berbagai bidang, informasi dan uraian, spesialis dapat menyelesaikan baik secara lisan dan direkam sebagai *hard copy*, serta memperhatikan petunjuk dari cara-cara yang dipertimbangkan.

Peneliti dalam mengarahkan penelitian memanfaatkan informasi strategi pemeriksaan yang diperoleh selama pemeriksaan atau analisis di lapangan. Peneliti melakukan penyelidikan atas beberapa jenis informasi yang didapat melalui wawancara dan observasi. Pada langkah ini, peneliti menyetujui informasi yang diperoleh di lapangan dengan teori yang digunakan.

Di mana dalam analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi kualitatif yaitu menganalisis informasi yang bersifat penjelas atau menguraikan informasi dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan ide-ide yang membantu pembahasan yang relevan kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini. Data yang sudah diperoleh, diakumulasikan, disimpulkan, dan dipublikasikan selanjutnya disajikan dalam bentuk penulisan laporan hasil penelitian pada bab IV dan bab V. Langkah terakhir yaitu penulisan laporan hasil penelitian yang mengacu pada pedoman penulisan skripsi INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG.

3.4 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian pasar tradisional Kemantren beralamat di jalan Ahmad Yani desa Kemantren Kecamatan Jabung Kabupaten Malang Jawa Timur. Penelitian

fokus kepada pihak pengelola pasar dan para pedagang serta pengunjung di pasar Kemantren Jabung. Yang dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, mulai bulan Juli 2022 - Agustus 2022.

3.5 Sumber data dan Jenis data

Setiap peneliti membutuhkan data dan informasi dari . sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, sehingga penelitian dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan dengan menggunakan data primer dan sekunder.

1. Sumber informasi primer adalah informasi yang diperoleh langsung di lapangan.⁴⁹ Sumber data primer yang akan digunakan adalah data yang diperoleh dengan wawancara,observasi serta dokumentasi kepada bagian pengelola pasar dan berinteraksi langsung kepada pedagang pasar tradisional dan yang bersangkutan terhadap pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi para pedagang.
2. Sumber informasi sekunder adalah sumber informasi yang memberikan informasi tambahan dari data primer, baik dari media massa atau benda lainnya untuk mendapatkan informasi.⁵⁰

Dalam data ini untuk menjadi sekunder bagi peneliti berupa dokumen dan laporan tentang pasar serta buku,skripsi maupun jurnal.

3. Jenis data atau informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dilakukan dengan mengoordinasikan pengambilan data.

⁴⁹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

⁵⁰ Eri Barlian, 'Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', 2018.

3.6 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling penting menuju penelitian, karena motivasi mendasar di balik penelitian adalah untuk mendapatkan informasi. Tanpa mengetahui prosedur pemilihan informasi, peneliti tidak akan mendapatkan informasi yang berdasarkan kebutuhan informasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Berbagai jenis prosedur pengumpulan informasi sebagian besar diisolasi menjadi:⁵¹

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi suatu gerakan untuk menemukan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan suatu tujuan atau ketetapan. Persepsi yang dilakukan analisis adalah persepsi kerja sama yang dinamis, menyiratkan bahwa peneliti datang ke area penelitian dan terlibat dengan kegiatan di pasar yang dilakukan oleh objek yang diperhatikan. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan potensi pasar Kemantren. Pada teknik observasi ini untuk menggali data tentang potensi pasar Kemantren dan sistem pengelolaan potensi pasar terhadap peningkatan ekonomi pedagang di pasar tradisional Kemantren.

⁵¹ Sugiyono, 'Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.', Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.*, 2018.

2. Wawancara

Wawancara adalah diskusi yang diarahkan oleh penanya dan individu asat dengan alasan tertentu, menggunakan pertanyaan dan dapat secara langsung atau melalui instrumen khusus tertentu.⁵²

Wawancara digunakan sebagai pengumpulan informasi untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam dan luar. Dalam studi ini analis akan berbicara dengan bagian pengelola pasar kantor, sekretaris dan bendahara pasar. Butuh beberapa sampel untuk dievaluasi guna mendapatkan informasi dan selanjutnya memperkuat data untuk menjawab setiap pertanyaan dalam ulasan ini. Selain itu, para analis berbicara dengan pengunjung dan juga pembeli sehingga informasinya tepat dan lengkap.

Peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur guna untuk memperoleh data ketika peneliti sudah mengetahui secara pasti informasi apa yang didapat selama pengumpulan data. Karenanya untuk melakukan wawancara, perlu disiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaanam tertulis atau pedoman wawancara. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada pengelola pasar, pedagang dan pembeli pasar untuk mencari informasi dan mengumpulkan data tentang potensi pasar tradisional Kemantren.

3. Dokumentasi

Dokumen berasal dari kata *document* yang berarti bahan tertulis.⁵³ Dokumentasi dalam penelitian berfokus pada pengumpulan data melalui dokumentasi dan berfokus pada laporan yang berkaitan dengan semua

⁵² Edi Fandi Rosi, *Teori Wawancara Psikodignostik, PT Leutika Nouvalitera*, 2016.

⁵³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya / Sukardi, 1. PENDIDIKAN - METODOLOGI PENELITIAN, Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya / Sukardi*, 2013.

informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Hasil dari dokumentasi tersebut akan tambahkan untuk menjawab semua pertanyaan yang berhubungan dengan pasar tradisional Kemantren. Dengan menyertakan sumber-sumber yang terjadi di lapangan.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kejadian-kejadian alam maupun sosial yang menjadi perhatian.⁵⁴ Dalam penelitian di pasar tradisional Kemantren peneliti terlibat langsung dalam kegiatan observasi. Peneliti juga sehari – hari sebagai konsumen pasar tradisional juga menjadi instrumen kunci. Selain itu peneliti juga menggunakan instrumen berupa observasi yang merupakan pendamping yang berisi pertanyaan yang digunakan untuk melakukan suatu pengamatan. Petunjuk tersebut merupakan pedoman sekaligus batasan dalam melakukan observasi pada suatu penelitian sehingga proses pengamatan yang dilakukan menjadi terstruktur dan terarah serta data yang dihasilkan tidak biasa. Lembar observasi berfungsi untuk memperoleh informasi pada suatu variabel, yang berlaku dengan tujuan penelitian dengan validitas dan kepercayaan setinggi mungkin.⁵⁵

Adapun alat-alat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1) Alat perekam dari *Handphone*

Alat perekam digunakan agar data yang diperoleh tidak terlewatkan dan penanya dapat fokus pada apa yang disimpan tanpa perlu disiapkan analisis

⁵⁴ Sugiyono, 'Sugiyono, Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1', *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*, 2015.

⁵⁵ I Komang. I Kadek Surya Atmaja Sukendra, *Instrumen Penelitian, Journal Academia*, 2017.

dan mempertanggungjawabkan dari yang menjawab. Alat perekam ini juga memudahkan saat wawancara berlangsung dan dengan mudah peneliti untuk mengulang-ulang hasil wawancara sehingga dapat diperoleh informasi yang lengkap, sesuai yang disampaikan oleh responden dalam wawancara.

2) Kamera

Kamera digunakan sebagai instrumen selama wawancara. Kamera ini berharga sebagai perangkat dokumentasi seperti foto.

3) Pedoman Wawancara

Panduan wawancara digunakan untuk mengingatkan analisis tentang hal-hal penting yang harus diselidiki, serta apa yang telah atau belum dibuat. Kehadiran wawancara bantuan juga akan memudahkan peneliti untuk membuat kelas dalam mengarahkan pemeriksaan informasi. Aturan rapat harus didasarkan pada struktur hipotetis saat ini, untuk menghindari penyimpangan dari target pengamatan yang dilakukan.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mencari dan menyusun informasi yang diperoleh dari wawancara, laporan persepsi, dokumentasi secara efisien dengan mengumpulkan informasi ke dalam kelas, menggambarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁶

Data yang telah diperoleh dan ditangani dalam makalah ini akan diperiksa dengan menggunakan prosedur berikut:

- a) pengumpulan data melalui observasi langsung di lapangan, melakukan wawancara mendalam dengan informan yang sesuai dengan penelitian untuk

⁵⁶ P Dr, 'Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', CV. Alfabeta, Bandung, Cet. Ke-10, 2010, h. 335.

mendukung penelitian yang sedang dilakukan untuk memperoleh data yang diinginkan atau mengkaji literatur yang berkaitan dengan penelitian.

- b) Reduksi data adalah proses seleksi, yang menitikberatkan pada penyederhanaan catatan yang diperoleh dengan mengumpulkan data.
- c) Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif atau grafik jaringan dengan tujuan untuk menajamkan pemahaman terhadap informasi terpilih kemudian menyajikannya dengan penjelasan yang bersifat *eksplanatif*. Pada tahap akhir adalah penarikan kesimpulan.
- d) Penarikan kesimpulan yaitu dilakukan secara cermat dengan mengunggah ulang laporan data yang diperoleh menarik kesimpulan yang hati-hati. Dalam analisis yang digunakan di penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu analisis data yang memberikan penjelasan atau dekonstruksi data dan informasi kemudian analisis dengan teori dan konsep pendukung. Pembahasan terkait kemudian menarik kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.

3.9 Pengecekan Keabsahan Data.

Peneliti dalam menguji keabsahan data menggunakan prosedur triangulasi yang menitikberatkan pada kelayakan siklus dan hasil yang ideal. Teknik triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang digali peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data, bahwa peneliti memprioritaskan efisiensi proses dan hasil yang diinginkan.⁵⁷

⁵⁷ Mudjia Rahardjo, 'Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif', 2010.

Triangulasi dilakukan dengan cara memeriksa apakah pertukaran verbal yang sempurna dan konsekuensi teknisnya baik, seperti

berikut :

1. Pastikan Anda secara teratur mengumpulkan catatan wawancara dengan saksi dan jurnal kognitif.
2. Pemeriksaan silang diarahkan pada informasi di jurnal, guna memastikan ada tidaknya data yang bertentangan antara wawancara dan catatan kognitif. Jika ahli berasumsi bahwa ada data yang berlebihan, perbedaan tersebut harus dikonfirmasi.
3. Hasil konfirmasi harus dicoba kembali dengan data masa lalu. Ini berlanjut sampai peneliti yakin ada hal lain yang harus dikonfirmasi dengan informan.

Trianggulasi Ini termasuk menguji apakah proses dan hasil dari metode yang diinginkan bekerja dengan benar. Trianggulasi juga dilakukan dengan cara mengecek pemahaman dengan pemahaman informasi tentang hal-hal yang telah dikomunikasikan kepada peneliti. Ini harus dilakukan dengan mengingat bahwa pemahaman tentang makna sesuatu mungkin berbeda dari satu orang ke orang lain.

Setelah menyelesaikan laporan, peneliti meminta informan untuk meninjau laporan penelitian. Langkah ini berfungsi untuk mengonfirmasi berbagai informasi yang diterima. Jika proses ini telah selesai tanpa komentar atau keluhan atas informasi tersebut, maka laporan dapat diajukan. Uji *reliabilitas* dilakukan melalui triangulasi dalam penelitian dalam uji validasi kualitatif, data tidak dapat dilakukan menggunakan alat uji statistik karena kebenaran adalah sesuatu yang akan dianggap benar jika telah mewakili banyak orang atau kepentingan kelompok. Kebenaran tidak hanya berasal dari wacana moral, tetapi juga menjadi wacana etnis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo, *Pengelolaan Pendapatan Dan Anggaran Daerah* (Pusat Pengembangan Keuangan dan Ekonomi Daerah, Fakultas Ekonomi ..., 2009)
- Aliyah, Istijabatul, 'Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan', *Cakra Wisata*, 18.2 (2017), 16
- Anik, Ibu, *Wawancara*, 2022
- Arifin, Zainul, 'Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah. Tangerang' (Azkia Publisher, 2009)
- Bapak Sugianto, *Wawancara*, 2022
- Barlian, Eri, 'Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', 2018
- Boediono, D R, 'Ekonomi Mikro', 2020
- Bu Sholikhah, *Wawancara*, 2022
- Budi, Pak, *Wawancara*, 2022
- Dedi Mulyadi, S E, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern* (Media Sains Indonesia, 2021)
- Dini, Elria Mitra, 'Sistem Pengolahan Pendapatan Pasien BPJS Rawat Jalan Pada RSI. Ibnu Sina Padang' (Universitas Andalas, 2019)
- Dr, P, 'Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', *CV. Alfabeta, Bandung*, 2008
- Fitriyati, Nur, 'Study Tentang Pengelolaan Pasar Tradisional Pada Unit Pasar Suruh Kabupaten Semarang', *Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang.*, 59
- Hadi, Sutrisno, 'Metodologi Research', *Universitas Gajah Madha*, 2014
- Handoko, T Hani, 'Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia Yogyakarta', *BPFE Yogyakarta*, 2011
- Hasibuan, Siti Jubaidah, Sissah Sissah, and Agustina Mutia, 'Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Keluarga Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Simpang Iii Sipin Kota Jambi' (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020)
- Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, 'Metodologi Penelitian Sosial', *Jakarta: PT Bumi Aksara*, 2009
- Ibu Rochiatul, *Wawancara*, 2022
- Idrus, Muh Ikram, and Miftahul Jannah Nur, 'Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pasar Pa ' Baeng -Baeng

- Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar)', *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12.2 (2016), 1–13
- Indriyo Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Yogyakarta BFFE (Yogyakarta, 2014)
- Iswadi, Bapak, *Wawancara*, 2022
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2020
- Karim, Adiwarmanto A, 'Ekonomi Mikro Islam. Jakarta', 2011
- Muhsinat, Diaul, *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi*, 2016
- Mukhiqom, Iqom, 'Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Terhadap Implementasi Pasar Tradisional Syari'ah Az-Zaritun 1 Surabaya Perspektif Hukum Islam)' (Tesis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)
- Mungin, Burhan, 'Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Kearah Penguasaan Model Aplikasi)', *Jakarta: Raja Grafindo*, 2015
- Mursid, M., 'Manajemen Pemasaran', 2010
- Mustafa, Ahmad, 'Potensi Pasar Tradisional Simabur Bagi Masyarakat Di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar', *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, Dan Pendidikan Geografi*, 3.1 (2017), 131263
- Musyarofah, Ibu, *Wawancara*, 2022
- Nasichin, Khoirun, 'Perancangan Kembali Pasar Karangploso Kabupaten Malang', 2010
- Nuripah, *Wawancara*, 2022
- Nurjanah, Nunung, 'Selamatkan Pasar Tradisional', *Umbara*, 2020
<<https://doi.org/10.24198/umbara.v3i2.29639>>
- Oktaviana, Galuh, 'Redesain Pasar Tradisional Jongke, Surakarta', *Packaging Magazine*, 2011, 25–52
- Pagappong, Yandry, 'Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang', *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1.1 (2015), 1–11
- Paramita, Metti, Sofian Muhlisin, and Ikhsan Palawa, 'Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal', *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.1 (2018), 19 <<https://doi.org/10.30997/qh.v4i1.1186>>
- Pauziah, Nurul, 'Pengelolaan Pasar Oleh BUMDES Dalam Meningkatkan Perekonomian Pedagang Di Desa Jake Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2019)
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Pasal 10 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional*
- Prof.Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM*, IPB Press, 2020

- Qomariah, Bu, *Wawancara*
- Rahardjo, Mudjia, 'Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif', 2010
- Rahmad, Beni, 'Filsafat Hukum Islam Dalam Bidang Muamalah'
Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, 1999
- Rizal, Khairul, *FAKTOR SOSIAL EKONOMI TERHADAP PENDAPATAN PETANI KELAPA SAWIT* (CV Literasi Nusantara Abadi, 2021)
- Rosi, Edi Fandi, *Teori Wawancara Psikodignostik, PT Leutika Nouvalitera*, 2016
- Rosyadi, Irvan, *Wawancara*, 2022
- S, Hardianti, 'Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Pasar Suli Kabupaten Luwu Dalam Perspektif Ekonomi Islam' (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019)
- Sadilah, Emiliana, Christriyani Ariani, Isni HerawatI, Moertjipto Moertjipto, and Sukari Sukari, *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi Dan Jaringan Pasar Tradisional Di Kota Semarang-Jawa Tengah* (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2011)
- Safri, Hendra, 'Pengantar Ilmu Ekonomi', *Diterbitkan Oleh: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo. Palopo*, 2018
- SARI, FEBRIA LESMITA, 'PERANAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DESA KABUN ROKAN HULU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2022)
- Satria, *Pasar Modern Dan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010)
- SCP, D Indriati, and Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional* (Alprin, 2020)
- Setiawan, Irvan, 'Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang (Studi Di Pasar Gayam, Sidomulyo, Kebonagung, Pacitan)' (IAIN Ponorogo, 2020)
- Sholikhuddin (IAIN POOROGO), 'POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM PENINGKATAN KUALITAS EKONOMI MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF ISLAM', *Illmu Manajemen*, 2021
- Sidik, Achmad, 'Penentuan Lokasi Pasar Induk Beras Di Kabupaten Subang', 2009
<<http://repository.unpas.ac.id/29023/>>
- Sri, Bu, *Wawancara*, 2022
- Sudarmanto, Andi, and Yenny Dwi Artini, 'Pemberdayaan Pasar Tradisional (Hasil Penelitian Di Pasar Gamping Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta)', *Paradigma: Jurnal Ilmu Administrasi*, 6.2 (2019), 106-28
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Pembelajaran.*, Alfabeta, 2016, 1

- , 'Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.', Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.*, 2018
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya / Sukardi, 1. PENDIDIKAN - METODOLOGI PENELITIAN, Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya / Sukardi, 2013*
- Sukendra, I Komang. I Kadek Surya Atmaja, *Instrumen Penelitian, Journal Academia, 2017*
- Tanaka Ardianto Lukas dan Marlina Evi, 'Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard', *UNMUH Ponorogo Press, 1.6 (2017), 17*
- Usman, Husaini, 'Manajemen: Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan', 2013
- Verani, Reza Oktavia, 'Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu', *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu, 2021, 77*
- Yulianti, Devi, M. Arif Musthofa, and Khusnul Yatima, 'ANALISIS PERAN PASAR TRADISIONAL TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA LAGAN TENGAH KECAMATAN GERAGAI', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3.1 (2021)*
<<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.703>>
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019)