

SKRIPSI
DAMPAK SOSIAL EKONOMI REVITALISASI PASAR
TRADISIONAL TERHADAP PEDAGANG PASAR SEUTUI
BANDA ACEH



Disusun Oleh:

RAFIKA ARRANIRI
NIM. 180604035

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/ 1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RAFIKA ARRANTRI
NIM : 180604035
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan isi saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 05 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Rafika
Rafika Arraniri

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

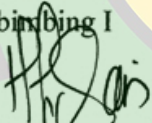
**Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap
Pedagang Pasar Seutui Banda Aceh**

Disusun Oleh:

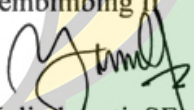
RAFIKA ARRANIRI
NIM. 180604035

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I


Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II


Yulindawati, SE., MM
NIP.197907132014112002

جامعة الرانيري

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi


Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak
NIP. 198307092014032002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang Pasar Seutui Banda Aceh

RAFIKA ARRANIRI


NIM. 180604035

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Senin, 05 Desember 2022 M
11 Jumadil Awal 1444 H

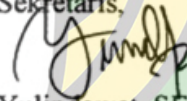
Banda Aceh,
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



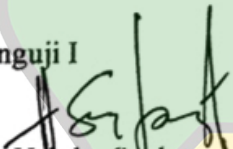
Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Sekretaris



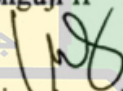
Yulindawat, SE., MM
NIP. 197907132014112002

Penguji I



Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 197610242009011005

Penguji II



Uliya Azra, M.Si
NIP. 199410022022032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rafika Arraniri
NIM : 180604035
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail : 180604035@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir

KKU

Skripsi (tulis

jenis ilmiah) yang berjudul:

**Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang
Pasar Seuttui Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendisminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 07 Oktober 2022

Penulis

Rafika Arraniri
NIM. 180604035

Mengetahui,
Pembimbing I

Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Mengetahui,
Pembimbing II

Yulindawati, SE., MM
NIP. 197907132014112002

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan proposal ini yang berjudul “Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang Pasar Seutui Banda Aceh”. Tidak lupa pula, selawat beserta salam peneliti limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah kealam islamiyah, dari alam kegelapan alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini disusun dengan maksud guna memenuhi persyaratan untuk melanjutkan sidang dengan tujuan utama untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi program Studi Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang penulis butuhkan selama ini.

3. Cut Dian Fitri, SE., M.Si., AK selaku Ketua Program studi Ilmu Ekonomi dan Ana Fitria, M.Sc selaku Seretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
4. Hafizh Maulana, SP., S.Hi., ME selaku ketua Laboraturium dan Rachmi Meutia, SE., M.Sc selaku wakil ketua Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Dr. Hafas Furqani, M.Ec sebagai Dosen Pembimbing 1 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan proposal ini sehingga proposal ini dapat terselesaikan.
6. Yulindawati, SE.,MM sebagai Dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan proposal ini sehingga proposal ini dapat terselesaikan.
7. Cut Elfida, S.H.I., M.A dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pedagang pasar Seutui Banda Aceh karena telah membantu dalam penelitian saya.
9. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk orangtua tercinta dan keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang, semangat dan do'a, serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.

10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2018 yang telah bersama-sama ketika suka maupun duka selama kuliah dan telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran atau ide-ide yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Banda Aceh, 05 Desember 2022

Penulis,

Rafika Arraniri



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

a. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

b. Vocal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vocal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vocal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauLa*

c. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Na ma	Huruf dan tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اِ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

d. Ta Marbutah(ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah*(ة) hidup

Ta *marbutah*(ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah*(ة) mati

Ta *marbutah*(ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah*(ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudāh al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-MadīnatulMunawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudin Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Rafika Arraniri
NIM : 180604035
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar
Judul : Tradisional Terhadap Pedagang Pasar
Seutui Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Yulindawati, SE., MM

Pasar tradisional sudah menjadi budaya bangsa Indonesia walaupun keberadaan pasar tradisional identik dengan kurangnya fasilitas, kebersihan lingkungan yang kurang terjaga. Revitalisasi pasar tradisional merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki pasar tradisional dan dapat bersaing dengan pasar modern, dengan melakukan pembenahan pasar tradisional secara menyeluruh. Pasar seutui Banda Aceh merupakan salah satu pasar tradisional yang telah mengalami revitalisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang pasar seutui Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam memperoleh data, peneliti menggunakan alat penelitian berupa wawancara. Hasil penelitian ini adalah terjadi peningkatan pada tata kelola yang meliputi keamanan, kebersihan pasar, kerapian, ketertiban dan pemeliharaan setelah revitalisasi pasar. Dampak sosial yang dirasakan berdampak positif yaitu pedagang menjalin hubungan silaturahmi yang baik dengan pedagang lain. Dampak ekonomi yang dirasakan positif, karena terjadi peningkatan pada pendapatan pedagang hal ini disebabkan karena meningkatnya pengunjung.

Kata Kunci: *Dampak sosial ekonomi, pasar tradisional, revitalisasi pasar, pendapatan, pedagang, tata kelola pasar*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pasar	12
2.1.1 Definisi Pasar	12
2.1.2 Fungsi Pasar	14
2.1.3 Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern	17
2.2 Revitalisasi pasar	20
2.2.1 Definisi Revitalisasi pasar	20
2.2.2 Tujuan Revitalisasi Pasar	25
2.2.3 Manfaat Revitalisasi Pasar	26
2.2.4 Dampak Revitalisasi Bagi Pedagang	27
2.3 Pedagang	28
2.3.1 Perilaku Pedagang	30
2.4 Teori Permintaan Pasar	32

2.5 Pendapatan	33
2.5.1 Faktor Yang Memengaruhi Pendapatan .	35
2.5.2 Jenis-jenis Pendapatan	37
2.6 Tata kelola Pasar Tradisional	38
2.5.1 Indikator penataan Pasar Tradisional	40
2.7 Dampak Sosial Ekonomi	43
2.8 Penelitian Terkait	45
2.9 Kerangka Berpikir	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Jenis penelitian	51
3.2 Objek Penelitian	51
3.2.1 Lokasi Penelitian	51
3.2.2 Subjek Penelitian	52
3.3 Sumber Data	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.6.1 Reduksi Data	56
3.6.2 Penyajian Data	57
3.6.3 Verifikasi Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Pasar Seutui	59
4.1.1 Sejarah Berdirinya Pasar Seutui	59
4.2 Sistem Pengelolaan Pasar Seutui	64
4.2.1 Visi Misi Pasar Seutui	64
4.2.2 Kepengurusan Pasar Seutui	66
4.3 Hasil Dan Pembahasan Penelitian	67
4.3.1 Tata Kelola	68
4.3.2 Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasar Seutui Pasca Revitalisasi	71
4.3.3 Tanggapan Pedagang Dan Pengelola Pasca Revitalisasi	74
4.3.4 Keluhan Pembeli Pasca Revitalisasi	75

BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81



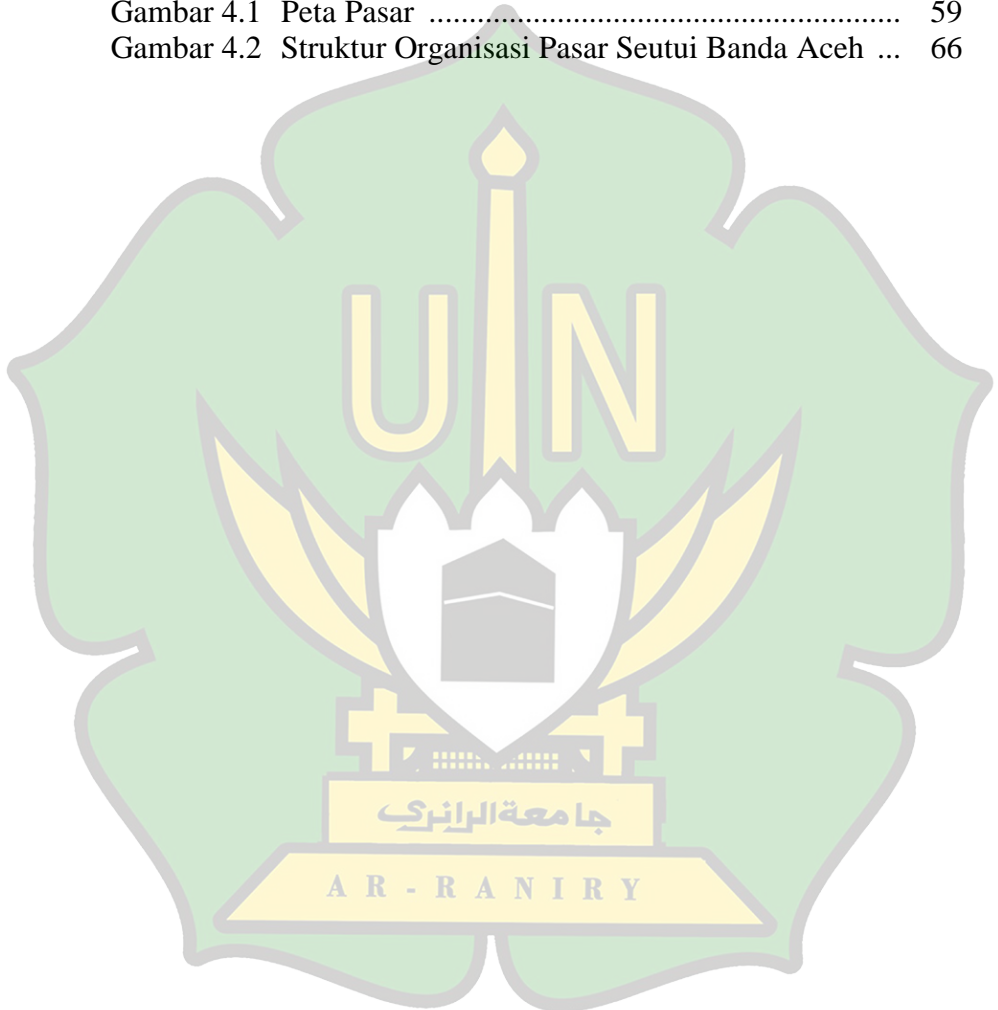
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Pedagang Sebelum Revitalisasi 6
Tabel 2.1	Penelitian Terkait 46
Tabel 3.1	Data Informan 53
Tabel 3.2	Data Informan Pendukung 53
Tabel 4.1	Data Jumlah Pedagang Pasar seutui Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi 64
Tabel 4.3	Daftar profil Informan Pasar Seutui 67



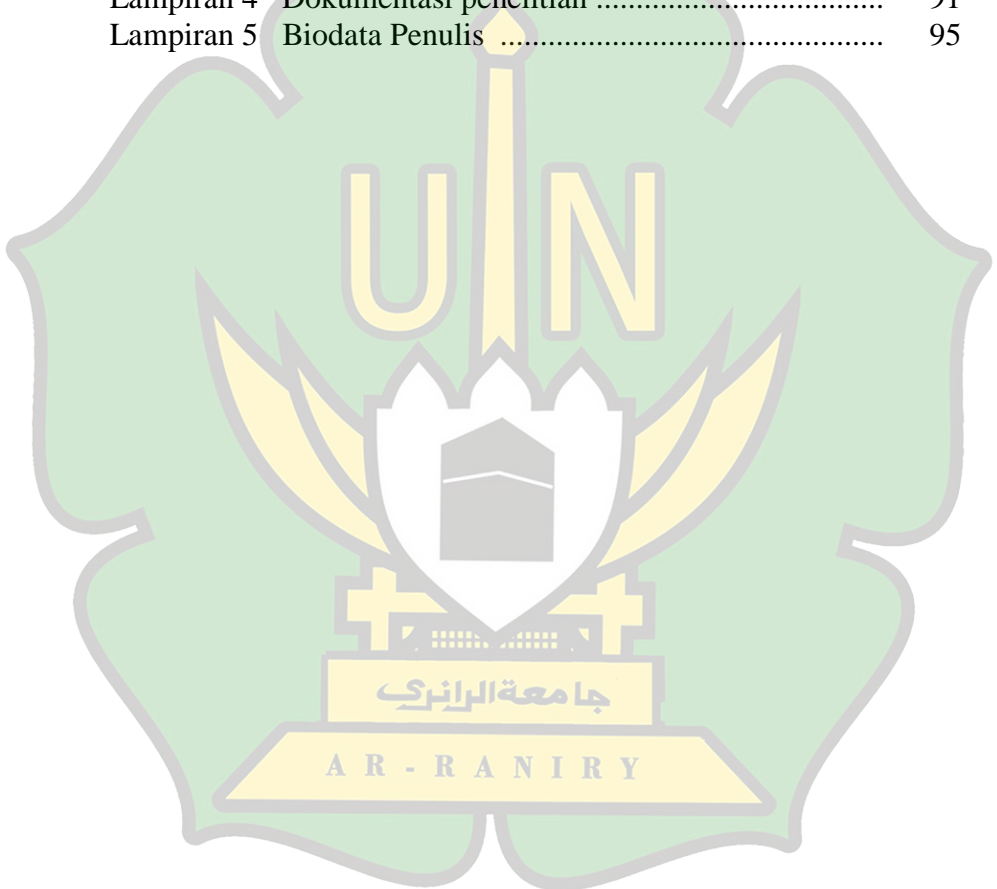
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	50
Gambar 4.1 Peta Pasar	59
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pasar Seutui Banda Aceh ...	66



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara	87
Lampiran 2 Data Informan	89
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	90
Lampiran 4 Dokumentasi penelitian	91
Lampiran 5 Biodata Penulis	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar adalah sekumpulan pedagang dan pembeli yang saling berinteraksi untuk menentukan harga barang yang diperjual belikan. Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Mall, pasar Tradisional, Pertokoan, Plaza, Pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya. Pasar juga berfungsi sebagai tempat bertemunya warga sekitar atau sebagai pusat pelayanan di wilayah sekitar.

Pasar memiliki 3 pengertian, pasar dalam arti “tempat”, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli, kedua pasar dalam arti “interaksi”, yaitu penjual dan pembeli sebagai tempat terjadinya transaksi, dan yang ketiga pasar dalam arti “sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli”, ialah orang-orang yang menginginkan atau membutuhkan sesuatu dan memiliki kemampuan untuk membelanjakan uang tersebut, Ma’aruf (2011). Sementara pasar dalam kajian ilmu ekonomi mempunyai arti yang lebih luas dari pada hanya sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar mencakup keseluruhan penjual dan pembeli untuk menukarkan barang, jasa, dan informasi,

serta mencakup tentang keseluruhan permintaan dan penawaran (Hanafi, 2015).

Pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah di Indonesia hingga saat ini adalah dengan adanya keberadaan pasar tradisional. Namun di era globalisasi saat ini, maraknya pembangunan pasar modern sangat menyudutkan pasar tradisional di perkotaan, padahal pasar tradisional mempunyai peran yang sangat penting terhadap perkembangan sebuah kota di Indonesia. Di Indonesia, pasar tradisional tumbuh subur dan berkembang pesat, namun perkembangan pasar modern jauh lebih pesat seiring pertambahan laju penduduk, dibanding dengan pasar tradisional. Menurut hasil studi A.C Nielsen, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun (Tribunnews.com, 2016).

Menurut Brahmaputra (2018) pasar tradisional adalah tempat berjualan yang sudah ada turun temurun, tempat bertemunya penjual dan pembeli atau konsumen. Harga yang ditetapkan sesuai yang disepakati antar penjual dan pembeli melalui proses tawar menawar. Menurut peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan bangunan berupa toko kecil, kios, dan tenda yang dikelola pedagang kecil, modal kecil, dan transaksi dengan proses tawar menawar.

Salah satu yang menyebabkan masyarakat beralih ke pasar modern yang memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik adalah karena pasar tradisional masih bertahan dengan pola lama (A.A Mirah Pradyna Paramitha, 2013). Akan tetapi, masyarakat masih bertahan belanja di pasar tradisional untuk membeli kebutuhan sehari-hari, seperti sayur-sayuran, ikan segar, ayam dan daging, dikarenakan pasar tradisional lebih kompetitif dengan kualitas barang yang segar dan harganya yang jauh lebih murah, dibandingkan belanja di pasar modern yang harganya lebih mahal karena mereka menyajikan dalam kemasan yang lebih baik dan menarik.

Keberadaan pasar modern merupakan salah satu titik lemahnya pasar tradisional. Padahal, pasar tradisional merupakan salah satu faktor yang membangun roda perekonomian di Indonesia (Putra, 2015). Banyak hal yang tidak akan didapatkan di pasar modern, seperti proses tawar menawar antar pedagang dan pembeli sehingga menciptakan keakraban diantara mereka, adanya solidaritas yang tinggi sesama pedagang, dan pasar tradisional tersedia dimanamana, tidak mengenal waktu. Namun, permasalahan umum yang sering terjadi di pasar tradisional adalah buruknya segi infrastruktur berupa bangunan, fasilitas sarana prasarana yang tidak tertata rapi, kebersihan dan buruknya tata kelola pasar, sehingga kesan yang melekat di mata masyarakat tentang pasar tradisional di Indonesia adalah pasar yang becek, bauk, sumpek dan semraut (Masitha, 2010).

Kebijakan yang tepat untuk menghadapi persaingan dengan pasar modern yang semakin bertambah dengan melakukan revitalisasi pasar merupakan pilihan yang tepat (Paramitha, 2013). Program revitalisasi pasar ini merupakan salah satu bentuk komitmen Kementerian Perdagangan RI untuk meningkatkan daya saing pasar, program ini diharapkan dapat menjadi jawaban atas segala permasalahan yang selama ini melekat pada pasar tradisional, seperti tidak adanya inovasi di dalam pasar, sehingga pasar tidak dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung pasar (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2016).

Revitalisasi pasar dengan melakukan renovasi infrastruktur bangunan pasar dan tata kelola pasar yang dilakukan oleh pemerintah, seolah menjadi resep yang mujarab agar pasar tradisional menjadi ramai, dan dapat menghadapi pasar modern (Masitha, 2010). Revitalisasi pasar ini bertujuan untuk meningkatkan peran pasar tradisional, memperkuat perekonomian rakyat yang menjadi penyangga perekonomian nasional, dan membuat pasar tradisional tetap eksis di tengah-tengah persaingan dengan pasar modern yang lebih diminati masyarakat (Dessy, 2013). Diharapkan, revitalisasi mampu memperbaiki atau membenahi kondisi pasar yang menjadi letak kelemahan pasar, sehingga menyebabkan turunnya daya saing di pasar tradisional. Tanpa melakukan revitalisasi membuat pedagang pasar merasakan kenyataan pahit, betapa dagangan mereka kian hari kian sepi dan

terdesak dengan banyaknya toko-toko modern (harian Kompas, 2017).



Pasar Seutui sebelum revitalisasi

Sumber: <https://diskopukmdag>



Pasar Seutui sesudah revitalisasi

Sumber: dokumen pribadi

Salah satu pasar tradisional yang masuk dalam program Revitalisasi 1000 pasar rakyat se-Indonesia adalah pasar tradisional Seutui Banda Aceh. Pasar Seutui atau yang biasa disebut pasar sayur lama yang terletak di Jl. Teuku Umar, Seutui Banda Aceh, merupakan salah satu sektor ekonomi yang dimanfaatkan oleh warga sekitar untuk berjualan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar yang berdiri sejak tahun 1962 ini telah direnovasi sebanyak 3 kali, yaitu pada tahun 1972, pemerintah melakukan pembangunan untuk menciptakan pasar yang lebih nyaman, lalu tahun 2004 terjadi bencana Tsunami yang tidak menyebabkan kehancuran yang tidak berarti bagi bangunan pasar, hanya retak di beberapa bagian saja sehingga tidak dilakukan perbaikan. Meskipun begitu, perhatian dari pihak luar terhadap rekonstruksi Aceh juga berimbas kepada pasar Seutui, pada tahun 2006 sebuah organisasi dari Jepang memberikan bantuan berupa pemasangan

keramik. Kemudian tahun 2015 pasar Seutui terpilih menjadi salah satu pasar yang masuk dalam program revitalisasi 1000 pasar rakyat se-Indonesia sehingga menjadi bangunan sampai sekarang (Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan, 2016).

Lebih kurang 150 pedagang yang selama ini menempati pasar Seutui Banda Aceh direlokasikan pada tahun 2015 ke pasar sementara di Lapangan SGO, Goheng, dan bantara sungai sekitar 300 meter dari lokasi selama ini. Proses pemindahan pedagang diawasi oleh Satpol PP dan berlangsung tertib. Seorang pedagang mengatakan ia masih bertahan dan membuka lapaknya di hari pembongkaran pasar (Serambi Indonesia, 2016).

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang Sebelum Revitalisasi

No.	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Pedagang sayur	53 orang
2.	Pedagang santan peras	12 orang
3.	Pedagang ikan	25 orang
4.	Pedagang daging	10 orang
5.	Pedagang ayam	10 orang
6.	Pedagang bumbu	14 orang
7.	Pedagang kelontong	25 orang
8.	Tukang jahit	5 orang
9.	Pedagang lain-lain	16 orang

Sumber: pasar seutui Banda Aceh

Berdasarkan penelitian Ratnasari (2015), hasil menunjukkan bahwa pedagang menanggapi positif dan negatif pasca Pasar sampangan direvitalisasi. Positif dalam hal pembangunan pasar, dan negatif ketika memengaruhi penurunan pendapatan pedagang. Dampak sosial yang dirasakan positif yaitu pedagang menjaga hubungan baik dengan pedagang lain, aparat maupun pembeli pasca revitalisasi, dan tidak memiliki dampak positif dalam aspek ekonomi.

Hasil penelitian Aprilia (2017), pada penelitian yang ditelitinya menunjukkan mayoritas pedagang di Pasar Bulu Semarang merupakan penduduk asli Kota Semarang. Revitalisasi tidak mengubah hubungan sosial antar pedagang, maupun pedagang dengan aparat yang selama ini terjalin dengan baik. Setelah revitalisasi kondisi bangunan pasar menjadi lebih bersih dan rapih. Revitalisasi berdampak pada penurunan pendapatan pedagang.

Menurut penelitian dari Pratiwi, dkk (2019), penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan uji beda dua rata-rata sampel berpasangan. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa tingkat evektifias pelaksanaan revitalisasi pasar tergolong berhasil. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata evektifitas dari variabel *input*, proses dan *output* yang memperoleh hasil yang cukup efektif. Terdapat peningkatan terhadap pedagang setelah dilaksanakannya program revitalisasi pasar tradisional. Pengelolaan pasar lebih baik setelah program revitalisasi pasar tradisional.

Penelitian dari Paramita, dkk (2013, hasil menunjukkan bahwa tingkat epektifitas program revitalisasi pasar tradisional berjalan cukup efektif. Pogram revitalisasi ini berdampak positif dan signifikan terhadap kondisi fisik, tata kelola dan pendapatan pedagang di Pasar Agung Peninjoan.

Menurut penelitian dari Stutiari, dkk (2019) mengatakan bahwa, pendapatan pedagang meningkat sesudah revitalisasi pasar di Kabupaten Badung. Dan terjadi peningkatan terhadap tata kelola pasar yang meliputi kondisi sarana atau fasilitas pasar, kebersihan pasar, keamanan pasar dan pelayanan administrasi setelah dilaksanakannya revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang Pasar Seutui Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka yang menjadi masalah utamanya adalah dampak ekonomi sosial yang muncul pasca revitalisasi. Oleh karena itu, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tata kelola pasar seutui pasca revitalisasi pasar?
2. Bagaimana dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasar seutui pasca revitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, yaitu:

1. Mendeskripsikan tata kelola pasar seutui pasca revitalisasi.
2. Mendeskripsikan dampak sosial ekonomi terhadap pedagang pasar seutui pasca revitalisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memeberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut:

Manfaat penulisan ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh diharapkan dapat mendukung teori penelitian sebelumnya tentang Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang. Untuk responden, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tetang dampak adanya Revitalisasi Pasar

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai penambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti.

b. Bagi mahasiswa

Sebagai bahan referensi bagi Mahasiswa/i tentang Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang.

1.5 Sistematika Penulisan

Tujuan penulisan sistematika untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang isi pada skripsi ini dengan penyusunan yang teratur dan menyeluruh. Berikut adalah sistematika penulisan pada skripsi ini, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan landasan dasar mengenai apa yang akan penulis kerjakan pada bab selanjutnya. Pada bab pertama penulis menjelaskan latar belakang masalah yang merupakan dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Rumusan masalah diuraikan dalam bentuk pertanyaan berdasarkan kenyataan sehingga perlu jawaban dalam bentuk hasil penelitian. Kegunaan dan tujuan dari penelitian berisikan mengenai tujuan dan kegunaan dari dilakukannya penelitian ini. Pada akhir penulisan dicantumkan sistematika penulisan yang memberikan gambaran mengenai isi dari skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua merupakan pembahasan tentang kajian pustaka terdiri dari topik dan teori yang terkait dengan penelitian ini, hasil

penelitian terdahulu, dan juga penyusunan kerangka berpikir dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga merupakan gambaran tentang teknik atau cara yang akan digunakan pada penelitian. Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, penjelasan mengenai teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab empat terdiri dari gambaran objek penelitian dan hasil penelitian, analisis penelitian, analisis data dan hasil uji keabsahan data, serta pembahasan mengenai hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab kelima penulis menguraikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian data yang merujuk pada pembuktian dan rumusan masalah yang ditunjukkan dalam penelitian ini. Pada bab ini penulis memberikan saran serta masukan yang ditunjukkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pasar

2.1.1 Definisi Pasar

Pada dasarnya, ada tiga pelaku yang menggerakkan roda perekonomian di semua Negara, yaitu rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen, dan rumah tangga pemerintah. Interaksi ketiga pelaku tersebut merupakan kegiatan ekonomi yang paling dasar. Selain itu, mereka juga menjalankan peranan yang berbeda dalam suatu perekonomian (Sari, 2020).

Rumah tangga konsumen sebagai pemilik berbagai faktor produksi akan menawarkan faktor produksinya kepada rumah tangga produsen. Sebagai imbalannya, rumah tangga produsen akan memberikan pendapatan kepada rumah tangga konsumen dalam bentuk sewa, upah bunga, dan laba (Sari, 2020). Sedangkan rumah tangga produsen dengan mengelola faktor produksi tersebut menjadi barang dan jasa yang nantinya akan ditawarkan kembali kepada rumah tangga konsumsi, akan mendapatkan pendapatan berupa penghasilan dari menjual barang dan jasa tersebut. Pemerintah memegang peranan penting untuk mengatur serta mengawasi kegiatan perekonomian. Pemerintah juga melakukan sendiri beberapa kegiatan ekonomi seperti mengembangkan prasarana ekonomi dan prasarana sosial yang nantinya pemerintah akan memperoleh pendapatan dari pajak ataupun dari retribusi atas

prasarana dan kebijakan yang sudah diberikan atau disediakan (Sari, 2020).

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Pasal 1 tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Mall, pasar Tradisional, Pertokoan, Plaza, Pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya. Lebih lanjut menurut Gilarsoo dalam Ma'arif (2018), pasar suatu pertemuan antara orang yang mau menjual dan orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu. Para penjual dan pembeli saling bertemu di pasar, masing-masing dari mereka mempunyai keinginan dan kepentingan sendiri-sendiri. Jika kedua belah pihak tersebut dipertemukan, akan terjadi transaksi jual beli.

Pengertian pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tempat jual beli. Definisi lainnya menurut KBBI, pasar adalah kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang dan pembeli yang ingin menukar uang dengan jasa atau barang.

Abdurrahman dan Sanusi (2015) mengatakan bahwa pasar secara tradisional adalah tempat berkumpulnya para penjual dan pembeli untuk membeli dan menjual barang. Sedangkan menurut Kerin dan Peterson (2015) pasar dianggap sebagai sejumlah calon pembeli (individu atau organisasi) yang bersedia dan mampu membeli potensi penawaran (produk barang atau jasa) dari organisasi tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat penjual (orang yang menyediakan barang dan jasa) dan pembeli (orang yang menginginkan atau memerlukan barang atau jasa bertemu secara langsung dengan tujuan untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli melalui kesepakatan harga yang telah ditentukan bersama. Penjual akan memperoleh pendapatan dari barang atau jasa yang dijualnya, sedangkan pembeli memperoleh barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.1.2 Fungsi Pasar

Pasar mempunyai lima fungsi utama. Kelima fungsi ini menunjukkan pertanyaan yang harus dijawab oleh setiap system ekonomi. Dalam sistem ekonomi persaingan bebas (*free enterprise capitalism*), pasarlah yang menjawab semua pertanyaan tersebut. Di lain pihak, dalam system ekonomi komunis (sosialis) pertanyaan yang sama dijawab oleh “perancang Negara yang berusaha menggantikan pasar (Masitha, 2010).

1. Pembentukan nilai harga

Dalam ekonomi pasar, harga merupakan alat pengukur nilai. Pertanyaan barang apakah yang akan diproduksi (what) merupakan masalah yang sudah berabad-abad dipersoalkan orang. Jelas bahwa pertanyaan pertanyaan tersebut dapat dijawab, hal ini ditentukan oleh permintaan konsumen. Namun yang penting bukan saja permintaan

konsumen, tetapi juga uang yang mendukung permintaan tersebut.

2. Mengorganisasi Produksi

Caranya adalah lewat faktor biaya. Dalam teori harga diasumsikan bahwa kita mempergunakan metode produksi yang paling efisien. Atau dari semua metode produksi, pengusaha akan memilih metode yang dapat memaksimalkan rasio antara output produk dengan input sumber daya, yang diukur dengan uang. Fungsi kedua inilah yang menjawab pertanyaan bagaimana cara menghasilkan barang dan jasa (Rohmana, 2017).

Kontrol dan pembatasan faktor-faktor produksi nilai Islam dilakukan dengan memanfaatkan instrument harga di pasar. Instrument harga akan mengarahkan efisiensi bahan baku produksi dari berbagai macam hasil produksi yang dibayarkan oleh konsumen di pasar. Konsep ini menegaskan bahwa setiap harga produk yang dibayarkan oleh konsumen mewakili atau menutup besar ongkos produk yang diperlukan.

Dengan demikian, keputusan para produsen dan investor dalam memproduksi barang dan jasa akan selalu dikaitkan (begantung) kepada *expected return* (prediksi keuntungan) yang akan didapat. Karena kenaikan harga produk ditentukan oleh volume permintaan pasar, secara otomatis

aan merangsang para produsen untuk menambah jumlah produksi di pasar.

Sedangkan disisi lain, bila terjadi penurunan harga, para produsen dengan serta merta mengurangi jatah produksinya, baik dalam kuantitas ataupun kualitas yang leboh rendah (Nasution, 2012).

3. Pendistribusian

Hal ini menyangkut pertanyaan untuk siapa barang dihasilkan. Dan pertanyaan ini dijawab lewat pembayaran kepada sumber daya. Mereka yang mengasilkan paling banyak, akan menerima pembayaran paling banyak pula. Lepas dari soal warisan, nepotisme dan sebagainya. Dapat dilihat secara teoritis, tenaga dan sumber daya lain dibayar sesuai dengan apa yang dihasilkannya. Jadi, tenaga kerja yang paling produktif atau orang yang memiliki sumber daya yang produktif akan mendapat bayaran yang paling banyak. Oleh karena itu, mereka dapat membeli barang dan jasa paling banyak.

4. Menyelenggarakan Penjatahan Pada Harga Di Pasar

Penjatahan adalah inti dari terjadinya harga, sebab penjatahan membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia, setiap pembeli di pasar akan menerima jasa sesuai daya belinya. Pembeli yang daya belinya kuat akan menerima barang yang banyak, sebaliknya yang daya belinya rendah akan menerima jatah yang sedikit

5. Menyediakan Barang dan Jasa

Tabungan (*saving*) dari investasi semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha untuk mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian. Investasi akan menyesuaikan barang-barang diwaktu yang akan datang. Investasi dan tabungan saling berinteraksi, yaitu pasar modal.

Arus lingkaran penghasilan dan pengeluaran dalam perekonomian antara pelaku dan rumah tangga merupakan penjelasan bagaimana mekanisme pasar bekerja dalam menjawab berbagai pertanyaan (Rohmana, 2017).

2.1.3 Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Berdasarkan keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan RI Nomor 23 Tahun 2021 tentang pedoman dan pembinaan pasar dan pertokoan, pasar diklasifikasikan berdasarkan kelas mutu pelayanan menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun bisa menjadi penjual. Bahkan, setiap orang menjual dagangannya di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dimana kegiatannya dilakukan dengan cara tradisional. Bangunan yang ada di dalam pasar tradisional

dibuka oleh para penjual sendiri atau dibangun oleh pengelola pasar (Sari, 2020). Bangunan yang digunakan oleh para pedagang di pasar tradisional yang berupa toko kecil, kios, dan tenda. Namun, dikarenakan kondisi kebersihan pasar tradisional yang kurang terjaga karena banyaknya kotoran dan tumpukan sampah membuat pasar terlihat kumuh serta berbau. Pasar tradisional dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, BUMN, BUMD atau pihak swasta (Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 04 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Pasar). Di pasar tradisional, pengunjung bisa merangkap menjadi penjual maupun pembeli karena setiap orang dapat memperjual belikan barang di pasar tradisional.

Dari sudut arus barang dan jasa, ciri khas yang paling menonjol adalah jenis barang yang diperjual belikan di pasar, seperti bahan pangan, sandang, dan barang besi kecil-kecilan dan sebagainya (Ariyani dkk, 2014). Dengan kata lain, corak perdagangan khas dari pasar tradisional adalah penduduk dapat mengecerkan barang dagangannya secara langsung di pasar setempat kegiatan perdagangan ini biasanya dilakukan pedagang eceran.

Ada beberapa isu negative utama yang selalu dikaitkan dengan kondisi pasar tradisional (Sari,2020), yaitu sebagai berikut:

- a. Pasar tradisional dengan pasar modern memiliki jarak yang saling berdekatan.
- b. Minimarket semakin merambah ke berbagai kawasan pemukiman warga.

- c. Kondisi pasar tradisional yang secara fisik tertinggal menyebabkan perlunya suatu program untuk membenahinya.

Menurut Sari (2020), untuk mengatasi berbagai masalah yang muncul, dikembangkan beberapa tindakan untuk membenahi kondisi pasar tradisional. Salah satunya dengan melakukan pemberdayaan dengan mengoptimalkan berbagai alternatif penandaan untuk mempeberdayaan, meningkatkan kompetisi para pedagang maupun pengelola, memprioritaskan kesempatan untuk memperoleh tempat usaha untuk para pedagang pasar tradisional yang sudah ada sebelum dilakukannya revitalisasi serta mengevaluasi pengelolaan.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta yang berbentuk *department store, mall, supermarket* dan *shopping mall* yang bersifat modern dijual dengan harga pas dan menggunakan layanan mandiri (Sari, 2020). Barang-barang yang diperjual belikan di pasar modern memiliki banyak variasi dan jenis yang sangat beragam. Selain menyediakan barang-barang local, pasar modern juga menyediakan barang-barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relative lebih terjamin. Secara kualitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur.

Jika dilihat dari beberapa aspek, pasar modern tidak memiliki perbedaan yang jauh dengan pasar tradisional, hal yang

membedakan hanya antar penjual dan pembeli tidak melakukan transaksi secara langsung tetapi pembeli melihat harga produk melalui label yang telah dipasang dalam barkode, tidak terjadi proses tawar menawar. Pasar modern berlokasi didalam bangunan serta pelayanannya diberikan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga, ruangan ber-AC, tempat yang bersih, tata tempat yang sangat diperhatikan untuk mempermudah pembeli mencari barang yang diinginkan, dan juga cara pembayara produk yang dibeli melalui kasir khusus (Sari, 2020).

Barang-barang selain makanan yang dijual di pasar modern adalah buah-buahan, sayuran, daging, dan sebagian besar barang yang dijual merupakan barang yang dapat bertahan lama seperti sabun, gula, parfum dan lain-lain (Sari, 2020). Berbeda dengan pasar tradisional yang identic degan lingkungannya yang kotor, pasar modern justru kebalikannya. Oleh karena itu, masyarakat sekarang cenderung memilih pasar modern sebagian tempat berbelanja guna memenuhi jebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan pasar tradisional (Prathan, 2010).

2.2 Revitalisasi Pasar

2.2.1 Definisi Revitalisasi Pasar

Revitalisasi pasar dilakukan guna mendukung pemulihan ekonomi masyarakat dengan meningkatkan fungsi pasar sebagai sarana perdagangan rakyat sehingga menjadi bangunan yang aman, nyaman, bersih, tertata, dan lebih estetits (tidak kumuh).

Revitalisasi salah satu program yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk melakukan pemvitalan kembali suatu daerah yang dahulu pernah vital atau hidup namun mengalami kemunduran. Jika fokus utama dari revitalisasi yakni perbaikan struktur manajemen dapat dikelola dengan baik oleh individu yang kompeten maka program pembangunan yang dilakukan dapat tercapai (Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 84 tahun 2008).

Revitalisasi merupakan suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi. Banyaknya pasar modern dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Program revitalisasi diharapkan mampu meningkatkan persaingan pasar tradisional agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern (Dewi, 2016).

Revitalisasi yang dilakukan di Pasar Tradisional diharapkan mampu untuk menangani isu yang beredar mengenai pasar tradisional seperti banyaknya pedagang yang tidak tertampung, mempunyai kesan kumuh, serta dagangan cepat saji, pedagang yang dianggap kurang higienis (Sari, 2020). Hal ini berbanding terbalik dengan pasar modern yang terkenal dengan kualitasnya.

Dengan berbagai asumsi buruk di dalam pasar tradisional secara langsung membuat sebagian besar para pembeli mencari alternative lain dalam berbelanja. Mereka berpindah ke pasar modern karena mereka lebih mengutamakan kebersihan serta kenyamanan untuk menarik perhatian pembeli. Oleh sebab itu, revitalisasi diharapkan mampu meningkatkan perekonomian para

pedagang kecil yang menggantungkan hidup dari hasil penjualan di Pasar Tradisional (Indarto, 2017).

Pasar tradisional harus melewati langkah revitalisasi di dalam era persaingan global. Di jaman sekarang pasar modern telah sangat marak dan ditunjang dengan fasilitas yang memadai sehingga dianggap sangat mengurangi peran dan eksistensi pasar tradisional. Revitalisasi diharapkan dapat membuat pasar tradisional eksis kembali dan tidak mengalami degradasi (Nurul, 2017).

Proses revitalisasi biasa dilaksanakan ketika seluruh pihak yang terkait seperti pemerintah, pedagang, dan pembeli saling mendukung satu sama lain. Kenyamanan dalam aktivitas perekonomian adalah sasaran yang akan dicapai dan diharapkan mampu memberikan keuntungan bagi seluruh pihak yang terlibat (Sari, 2020). Akhir dari revitalisasi ini bertujuan untuk dapat mensejahterakan seluruh masyarakat.

Revitalisasi dilakukan melalui beberapa tahap yang membutuhkan kurun waktu tertentu dan memiliki prinsip sebagai berikut:

1. Intervensi Fisik

Intervensi fisik adalah ialah pembangunan secara fisik yang meliputi aspek fisik dari bangunan cagar budaya, arsitektural dan fungsi bangunan. Intervensi fisik menjadi awal kegiatan dari revitalisasi yang dilakukan dengan berharap yang meliputi revisi dan peningkatan dari segi kondisi fisik dan

kualitas bangunan, lingkungan, sistemnya, dan lain-lain. Isu lingkunganpun sangat berpengaruh, sehingga sudah sepatutnya intervensi fisik harus memperhatikan konteks lingkungan. Perencanaan fisik tetap harus didasari dengan pemikiran yang bersifat jangka panjang (Agus, 2012).

2. Revitalisasi Manajemen

Revitalisasi manajemen adalah proses meningkatkan kualitas pengarahannya serta pengawasan sehingga tujuan yang telah ditentukan benar-benar tercapai. Revitalisasi manajemen menyangkut tentang hak dan kewajiban dari penjual, aturan penempatan, pembayaran, fasilitas yang harus disediakan di area pasar, serta SOP pelayanan pasar juga harus diperhatikan di dalam sistem/tahap revitalisasi ini (Sari, 2020). Tujuan adanya revitalisasi pasar, yaitu:

- a. Untuk merubah tatanan pasar tradisional agar lebih terstruktur, bersih, dan nyaman.
- b. Untuk meningkatkan perlindungan terhadap konsumen juga para pedagang.
- c. Untuk mendorong kesadaran pedagang dalam hal menjaga kebersihan dan kesehatan.
- d. Untuk menyadarkan berbagai pihak yang ikut terlibat bahwa keamanan dan mutu produk sangatlah penting.

- e. Untuk mempertahankan serta memperoleh peningkatan dalam bidang persaingan di pasar tradisional.

3. Revitalisasi Ekonomi

Revitalisasi ekonomi adalah melakukan perbaikan fisik, perhatian fisik kawasan yang bersifat jangka pendek diharapkan mampu mengakomodasi kegiatan ekonomi dari segi formal maupun informal agar mampu memberikan nilai tambah bagi suatu kawasan (Sari, 2020). Revitalisasi yangawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitas kegiatan ekonomi.

Menurut Danisworo menyatakan bahwa revitalisasi merupakan suatu upaya untuk memvitalkan suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah hidup, namun mengalami degradasi oleh perkembangan zaman. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan pula potensi yang ada dilingkungan seperti sejarah, makna, serta keunikan dan citra lokasi.

Revitalisasi pasar tradisional berarti mensinergikan sumberdaya-sumberdaya potensial yang dimiliki oleh pasar tradisional dengan mempertimbangkan seluruh aspek dengan komprehensif, terintegrasi dan holistik sehingga mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional dengan tetap mempertahankan kekhasan maupun keunggulan yang dimiliki pasar tradisional tersebut. Revitalisasi pasar tradisional dapat

dilakukan dengan menata dan membenahi pasar tradisional, dimana kelemahan-kelemahan pasar tradisional yang menyebabkan penurunan daya saing harus segera dibenahi.

2.2.2 Tujuan Revitalisasi Pasar

Adapun maksud dan tujuan daripada revitalisasi atau pembangunan pasar rakyat, yaitu:

1. Mendorong agar pasar rakyat lebih modern dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern, sehingga dapat meningkatkan omzet pedagang pasar rakyat.
2. Meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah.
3. Mewujudkan pasar rakyat yang bermanajemen modern, lebih bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman, sehingga dapat menjadi tujuan tetap belanja konsumen serta referensi dalam pembangunan pasar-pasar lainnya. Konsep dan revitalisasi pasar rakyat program revitalisasi pasar rakyat program revitalisasi pasar rakyat Kemendag RI bukan hanya menyentuh perbaikan fisik saja, melainkan juga dari sisi ekonomi, sosial budaya dan manajemen (Kemendag, 2016).

Revitalisasi merupakan program pemerintah dalam upaya untuk memvitalkan kembali kawasan yang dulunya pernah vital atau hidup akan tetapi mengalami kemunduran. Konsep revitalisasi

akan mengacu benar pada program pembangunan apabila fokus utamanya pada struktur manajemen yang dikelola dengan baik oleh aktor yang berkompeten, serta polanya mengikuti perubahan-perubahan. Revitalisasi tidaklah sekedar merubah bangunan pasar tetapi lebih dari itu. Gagalnya revitalisasi dalam merubah nasib pedagang pasar tradisional menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang disebabkan karena pengelola pasar yang belum menjalankan fungsinya secara optimal dan tidak didukung dengan standard operation procedure yang jelas.

2.2.3 Manfaat Revitalisasi Pasar

Secara praktis, manfaat revitalisasi pasar tradisional bagi masyarakat yaitu untuk memperlancar jalannya roda perekonomian. Sedangkan secara teoritis manfaat dari revitalisasi pasar tradisional, agar bisa menjadi rujukan umum bagi pemerintah pusat untuk menjalankan program kerja dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum dan daerah terpencil secara khusus (Sultan, 2018).

Penyelenggaraan kesejahteraan sosial adalah upaya yang terarah, dan berkelanjutan yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara, yang meliputi rehabilitas sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial. Revitalisasi pasar tradisional sebagai bentuk implementasi nyata terhadap upaya terarah, terpadu, dan

berkelanjutan yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat, diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Untuk memudahkan akses antara pedagang dan pembeli saling bertemu satu sama lain, mengingat keduanya sama-sama merupakan pelaku ekonomi.
2. Untuk meningkatkan kegiatan pasar tradisional sebagai unsur yang paling vital bagi kelancaran perputaran roda perekonomian.
3. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

2.2.4 Dampak Revitalisasi Bagi Pedagang

Secara umum pedagang sangat terbantu dengan adanya revitalisasi pasar, pasca revitalisasi pesar pendapatan mereka bertambah (Stutiari & Arka, 2019). Seperti dari manajemen keuangan yang sudah tersistem dengan baik. Pembeli juga merasa nyaman karena kebersihan dan pelayanan yang baik serta pembaharuan fasilitas setelah adanya revitalisasi.

Pendapatan merupakan salah satu dampak bagi pedagang akibat adanya revitalisasi pasar. Pendapatan adalah suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikutsertaannya dalam produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah asset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan. Pendapatan juga merupakan imbalan dalam bentuk materi yang didapatkan dari

hasil pengaplikasian kekayaan atau dalam bentuk jasa manusia (Rudianto, 2012).

Menurut Sari (2020), pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional dapat menyaingi sebuah pasar modern. Citra buruk yang terlanjur melekat diharapkan dapat terhapuskan., intinya adalah revitalisasi. Pasar harus didesain sehingga menimbulkan kesan yang rapi, bersih, dan nyaman bagi para pembeli termasuk menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat membuat peningkatan pendapatan bagi para pedagang melalui banyaknya konsumen yang berbelanja di pasar tradisional.

2.3 Pedagang

Menurut kamus Ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (Oktima, h.224). Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang.

Di dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau instusi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi: pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran. Sedangkan menurut

pendangan sosiologi ekonomi menurut Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi :

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber utama dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

2. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

3. Pedagang Subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.

4. Pedagang Semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak di harapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

2.3.1 Perilaku Pedagang

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, tingkah, dan pedagang adalah seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu. Perilaku pedagang di pasar tradisional menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu (Albara, 2016) :

a. Jumlah pedagang yang saling meningkat ingin berjualan di pasar tradisional dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.

b. Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, kebersihan dan ketertiban. Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi atau pelatihan secara berkala terhadap pedagang.

c. Pemahaman yang rendah terhadap konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutinya karena terbatasnya pengetahuan dan informasi pedagang. Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah

tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan. Masalah yang bisa dihadapi oleh pedagang di pasar tradisional adalah kekurangan modal apalagi ditambah dengan inflasi yang tidak menentu.

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku pedagang, yang diantaranya ialah:

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu (Manuturi, 2015).

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar

untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kuriawati, 2015).

c. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya (Tandjung, 2008).

d. Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan (Waluyo, 2008).

2.4 Teori Permintaan Pasar

Teori Permintaan adalah teori ekonomi yang menyatakan bahwa harga dipengaruhi oleh permintaan. Oleh karena itu, teori tersebut berasumsi bahwa ketika permintaan di pasar naik, maka harga barang pun akan ikut naik. Tetapi, jika permintaan turun, maka harga pun akan ikut turun. Turunnya permintaan sendiri

awalnya disebabkan oleh naiknya, atau terlalu tingginya harga di pasar, sehingga masyarakat berfikir ulang untuk spending money. Maka, ketika masyarakat tidak berminat untuk membeli barang mereka (produsen), maka produsen akan menurunkan harganya, agar masyarakat kembali dapat mengkonsumsi barang yang mereka produksi. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Permintaan adalah kebutuhan masyarakat / individu terhadap suatu jenis barang tergantung kepada faktor-faktor sebagai berikut:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang lain.
3. Pendapatan konsumen.
4. Cita masyarakat / selera.
5. Jumlah penduduk.
6. Musim / iklim.
7. Prediksi masa yang akan datang.

2.5 Pendapatan

Menurut Harnanto (2019), pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya asset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen.

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan

akan menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa uang diberikan (Butar, 2017).

Pendapatan ialah aliran masuk aktiva yang timbulnya dari penyebaran barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu (Sochib, 2018). Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai asset perusahaan yang ada, dan dasarnya juga akan menambah modal perusahaan.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan ialah nilai maksimum yang dikonsumsi oleh sebagian orang dalam suatu periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup sebuah kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada suatu periode. Bisa dikatakan, pendapatan ialah naiknya harta kekayaan karena perubahan nilai, bukan diakibatkan oleh perubahan modal dan hutang.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh sekelompok orang atau masyarakat melalui aspek penjualan barang maupun jasa yang biasanya dilakukan oleh pedagang di pasar (Sari, 2020).

Tingkat pendapatan menjadi salah satu indikator yang menentukan maju tidaknya suatu daerah, apabila rendah tingkat

kemajuan dan kesejahteraan suatu daerah, maka rendah juga tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut. Begitupun sebaliknya, apabila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kemajuan dan kesejahteraan daerah tersebut akan tinggi juga sesuai dengan tingkat pendapatannya (Sari, 2020).

Dari penjelasan di atas jelas bahwa setiap rumah tangga yang terdapat dalam perekonomian tiga sektor pada umumnya mereka memperoleh pendapatan dari kegiatan ekonomi yang berlangsung di Pasar. Sari (2020), pendapatan dari rumah tangga di dapatkan melalui penyediaan faktor-faktor produksi. Untuk rumah tangga produksi, mereka akan memperoleh pendapatan dari keuntungan menjual barang dan jasa. Sedangkan rumah tangga pemerintah akan memperoleh pendapatan dari pajak maupun retribusi atas prasarana dan kebijakan yang sudah diberikan atau disediakan.

2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Artaman (2015) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar antaranya adalah:

- a. Modal adalah proporsi dari penggunaan modal sendiri dan hutang dalam memenuhi kebutuhan dana perusahaan. Bila modal suatu perusahaan besar, maka tingkat produktifitas akan meningkat sesuai dengan modal yang dimiliki perusahaan tersebut dan akan berdampak positif bagi kelangsungan usahanya.

b. Tenaga kerja bukan hanya saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian. Akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja dibedakan menjadi 3 golongan yaitu:

- 1) Tenaga kerja kasar merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau kurang tingkat pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan.
- 2) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja.
- 3) Tenaga kerja terdidik merupakan tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup dan keahlian dalam bidang tersebut.

c. Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan memengaruhi produktifitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkat pengetahuan tentang selera atau perilaku

konsumen. Lamanya waktu yang di gunakan untuk menjalankan usaha dimulai sejak buka usaha sampai usaha dagang tutup (Husaini dkk, 2017).

2.5.2 Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis-jenis pendapatan menurut Kurniawan (2022) sebagai berikut:

1. Pendapatan Operasi didapatkan dari dua sumber yakni:
 - a. Penjualan kotor merupakan penjualan sebagaimana yang telah tercantum pada faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return serta potongan penjualan.
 - b. Penjualan bersih Penjualan bersih merupakan penjualan yang didapat dari penjualan kotor serta dikurangi return penjualan dan ditambah potongan penjualan lainnya.
2. Pendapatan Non Operasi Pendapatan non operasi didapatkan dari dua sumber yakni:
 - a. Pendapatan sewa, pendapatan sewa merupakan sebuah pendapatan yang didapatkan perusahaan karena sudah menyekakan aktivanya untuk perusahaan lain.

- b. Pendapatan bunga, pendapatan bunga merupakan suatu pendapatan yang didapat atau diterima karena telah meminjamkan uangnya kepada pihak lainnya.

2.6 Tata Kelola Pasar Tradisional

Tata kelola merupakan salah satu unsur terpenting dalam pengadaan sebuah pasar yang baik. Pasar haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh aspek manajemen pasar terintegrasi dalam satu system. Kepaduan system yang manajemen pasar adalah syarat terwujudnya manajemen yang professional (Rizki, 2017). Pasar tidak dapat dikelola secara terpisah antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Pengelola parkir harus terintegrasi dengan pengelolaan keuangan pasar, khususnya dalam hal pengelolaan pendapatan parkir, perencanaan, pembiayaan operasional, dan perawatan dari pengelolaan parkir. Pengelolaan sumber daya manusia harus di padukan dengan kebutuhan tenaga kerja pada tiap bagian serta terintegrasi dengan pengelolaan keuangan pasar dalam penggajian dan kebutuhan biaya untuk pengembangan karyawan. Pengelolaan kebersihan dalam rangka perwujudan pasar yang bersih tidak akan berhasil tanpa adanya kerjasama antara bagian kebersihan dengan bagian SDM dan bagian keuangan, khususnya dalam penyediaan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam pembiayaan operasional kebersihan. Pengelolaan pasar yang terintegrasi merupakan bagian kunci bagi terciptanya profesionalisma manajemen pasar.

Mengenai tata kelola pasar tradisional yang baik merupakan upaya untuk menjadikan pasar tradisional menjadi tempat yang nyaman untuk pedagang, parkir dan para kuli angkut serta juru bersih mencari pendapatan. Namun, menurut penelitian empiris yang dilakukan AC Nielsen menunjukkan 3-5 tahun setelah renovasi dilakukan, kekumuhan terjadi berulang seperti sebelum renovasi. Bahkan pasar menjadi tidak seramai sebelum renovasi karena pelanggan merasa kesulitan menemukan pedagang langganannya yang losnya berubah atau tidak lagi berjualan. Selain itu tata kelola los (kebijakan lokasi) serta sewa los yang hanya bisa dibeli oleh pedagang yang mampu atau memiliki kedekatan dengan pengelola sehingga yang tidak mampu tersisih dan pindah di lokasi pasar yang sulit dijangkau konsumen pelanggannya ataupun karena sebab lain seperti zoning dengan pasar modern yang tidak diperhitungkan sehingga pelanggan lebih suka ke pasar modern (Azizah, 2016).

Keberadaan pasar dari keberadaan dan pengunjung pasar, tanpa keduanya pasar tidak berfungsi layaknya sebuah pasar. Pedagang yang berjualan dalam suatu pasar memiliki ekspektasi terhadap tempat berdagang, diantaranya:

1. Tingginya tingkat kunjungan masyarakat pada pasar tersebut
2. Pasar yang bersih dan aman
3. Harga sewa yang terjangkau dan kemudahan pembayaran sewa/beli kios dan lapak

4. Minimnya penarikan retribusi

5. Ketersediaan fasilitas penunjang bagi aktifitas perdagangan

Untuk memenuhi ekspektasi seluruh pedagang dan pengunjung perlu dibuat sebuah standarisasi kualitas layanan yang dapat dijalankan secara procedural dan sistematis. Berbagai pelayanan yang diberikan kepada pengunjung pasar. Pengelola pasar juga harus terus menerus mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pedagang dan pengunjung untuk dapat memperbaiki pelayanan tersebut secara terus menerus (Rizki, 2017).

2.6.1 Indikator Penataan Pasar Tradisional

Menurut peraturan Mendagri 2018, pengelolaan pasar yang baik diikuti oleh suatu ukuran keberhasilan, karena itu indikator pengelolaan pasar yang berhasil perlu manajemen operasional, meliputi:

1. Keamanan, satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlihat dalam menjaga keamanan bersama.
2. Sampah, para pedagang membuang sampah pada tempatnya, sampah tidak bertebaran di sembarang tempat. Tong sampah tersedia di berbagai tempat, sehingga

memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya.

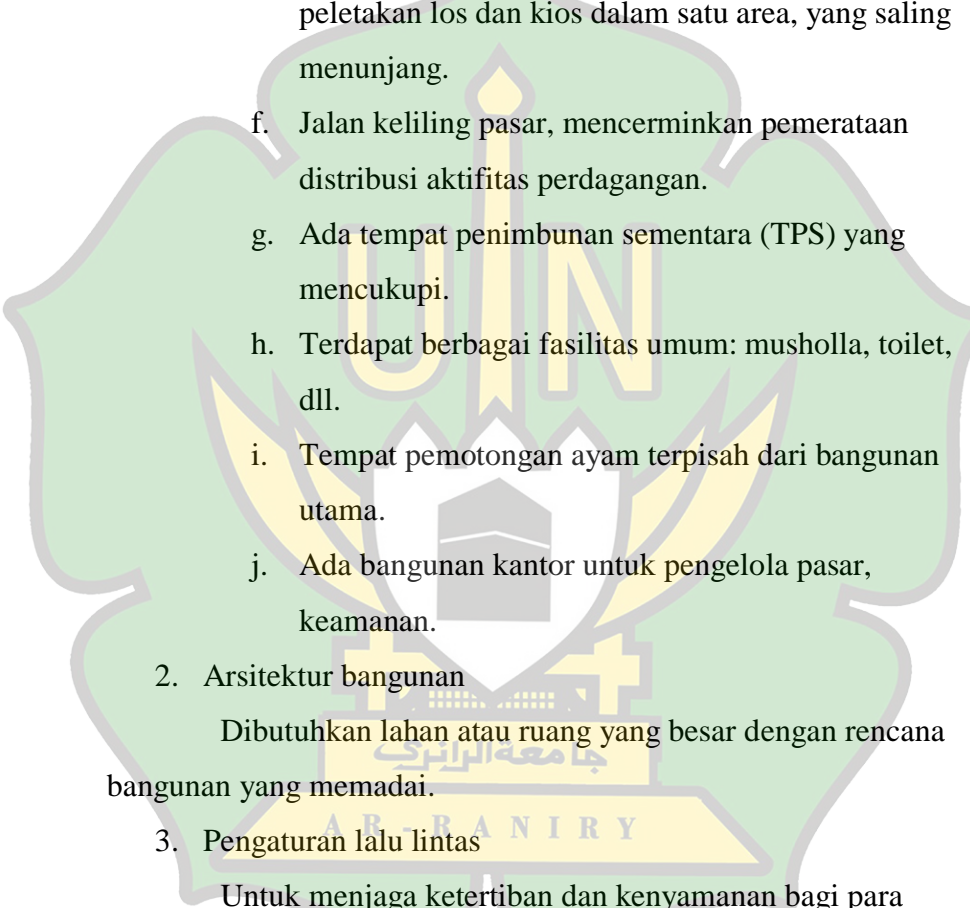
3. Ketertiban, terciptanya ketertiban di dalam pasar karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.
4. Pemeliharaan, pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana.

Untuk mencapai indikator keberhasilan diatas, maka pengelola pasar wajib memerhatikan peningkatan mutu dan pembenahan sarana fisik pasar, diantaranya:

1. Perencanaan tata ruang

Pola perletakan berbagi prasarana dan sarana yang ada telah mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain:

- a. Ada pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam pasar dan ada tempat parkir kendaraan yang mencukupi. Keluar masuknya kendaraan tidak macet.
- b. Dari tempat parkir terdapat akses langsung menuju kios di pasar.
- c. Distribusi pedagang merata atau tidak menumpuk disatu tempat.

- 
- d. System *zoning* sangat rapi dan efektif sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan jenis barang dalam satu area, yang saling menunjang.
 - e. Penerapan *zoning mixed-use*, menggabungkan peletakan los dan kios dalam satu area, yang saling menunjang.
 - f. Jalan keliling pasar, mencerminkan pemerataan distribusi aktifitas perdagangan.
 - g. Ada tempat penimbunan sementara (TPS) yang mencukupi.
 - h. Terdapat berbagai fasilitas umum: musholla, toilet, dll.
 - i. Tempat pemotongan ayam terpisah dari bangunan utama.
 - j. Ada bangunan kantor untuk pengelola pasar, keamanan.
2. Arsitektur bangunan

Dibutuhkan lahan atau ruang yang besar dengan rencana bangunan yang memadai.
 3. Pengaturan lalu lintas

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung pasar maka pengaturan lalu lintas dilakukan sebagai berikut:

 - a. Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar.

- b. Terdapat jalan yang mengelilingi pasar dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat dan memiliki 2 lajur guna menghindari penumpukan/antrian.
4. Air bersih dan limbah
5. Penanggulangan sampah

2.7 Dampak Sosial Ekonomi

Menurut Abdulsyani dalam Reddy (2013:12), sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan. Dalam pembahasannya sosial ekonomi sering menjadi objek pembahasan yang berbeda. Dalam konsep sosiologi manusia sering kali disebut dengan makhluk sosial yang artinya manusia tidak dapat hidup wajar tanpa adanya bantuan dari orang lain, sehingga arti sosial sering diartikan sebagai hal yang berkenaan dengan masyarakat. Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikos* yang berarti keluarga atau rumah tangga dan *nomos* yang berarti peraturan.

Setiap perubahan membawa konsekuensi tersendiri bagi masyarakat. Pembangunan sebagai suatu proses perubahan yang direncanakan, seiring berjalannya waktu tentu tidak terlepas dari dampak yang menyertainya. Pembangunan pada umumnya merupakan kehendak masyarakat yang terwujud dalam keputusan-keputusan yang diambil oleh para pemimpinnya (Masitha, 2010).

Menurut Masitha, (2010), penilaian dampak membawa pada awal siklus kebijakan, definisi problem dan dan penentuan agenda. Tujuan penilaian adalah untuk menunjukkan bagaimana suatu kebijakan atau program tertentu sudah “bekerja/tidak bekerja”, memenuhi tujuan kebijakan/program serta menjaga konstruksi problem dan klaim kebijakan yang dilakukan pemerintah. Sedangkan metode untuk menilai dampak antara lain:

1. Membandingkan problem/situasi/kondisi dengan apa yang terjadi sebelum intervensi.
2. Melakukan eksperimen untuk menguji dampak suatu program terhadap suatu area atau kelompok dengan membandingkannya dengan apa yang terjadi di area atau kelompok lain yang belum menjadi sasaran intervensi.
3. Membandingkan biaya dan manfaat yang dicapai sebagai hasil dari intervensi.
4. Menggunakan model untuk memahami dan menjelaskan apa yang terjadi sebagai akibat dari kebijakan masa lalu.
5. Pendekatan kualitatif dan judgemental untuk mengevaluasi keberhasilan/kegagalan kebijakan dan program.
6. Membandingkan apa yang sudah terjadi dengan tujuan atau sasaran tertentu dari sebuah program atau kebijakan.
7. Menggunakan pengukuran kinerja untuk menilai apakah tujuan atau targetnya sudah terpenuhi.

Dalam kajian dampak, penetapan komponen sosial ekonomi relatif lebih sulit karena sifat manusia yang sangat dinamis dan

setiap komponen mempunyai hubungan yang erat dan interaktif. Beberapa komponen-komponen sosial ekonomi yang ditetapkan sebagai indikator sosial ekonomi masyarakat tidak terlepas dari jaringan pola-pola perkembangan tersebut (Suratmo,2014). Dari penjelasan di atas, sekiranya dapat dirumuskan kerangka operasi dari dampak, baik positif maupun negatif, yang dirasakan oleh kelompok pedagang baik yang bersifat permanen maupun kontemporer pasca pelaksanaan revitalisasi di pasar. Berikut beberapa indikator yang mempengaruhi dampak sosial ekonomi:

- a. Sosial: Menyangkut aspek-aspek relasi dan interaksi sosial para pedagang baik sebagai individu maupun kelompok, serta baik yang berlaku pada tataran struktural maupun kultural dengan elemen-elemen sosial lainnya yang menyangkut berjalannya kehidupan pasar, dan lain-lain (Masitha, 2010).
- b. Ekonomi: Menyangkut aspek-aspek penyerapan tenaga kerja, perubahan pendapatan masyarakat, dan perubahan lapangan pekerjaan yang ada, dan lain-lain (Masitha, 2010).

2.8 Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu berfungsi menjadi acuan dasar yang berisikan teori-teori atau temuan-temuan terdahulu yang mendukung penelitian. Temuan terdahulu dapat dijadikan sebagai teori pendukung dan sebagai teori pembanding dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, temuan atau penelitian terdahulu

menjadi sebuah referensi pendukung penelitian yang relevan dengan Dampak Sosial Ekonomi Reitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang Pasar Seutui Banda Aceh. Penelitian terdahulu merupakan penelitian dimana yang obyek dan variable penelitian memiliki kemiripan dengan penelitian ini, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pembanding terhadap penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Mentari Indah Ratnasari (2015) Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Sampangan Bagi Pedagang Di Kota Semarang.	Kualitatif	Terdapat dampak positif dan negatif yang dirasakan oleh pedagang. Positifnya bangunan pasar lebih baik, lebih aman, nyaman dan bebas banjir. Negatifnya penurunan pendapatan pedagang.	Sama-sama membahas dampak sosial ekonomi yang muncul setelah adanya revitalisasi pasar.	Subjek penelitian, yaitu para pedagang pasar Seutui Banda Aceh.

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
2.	Rizka Aprilia (2017) Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pasar Bulu Semarang.	Kualitatif	Revitalisasi tidak mengubah hubungan sosial antar pedagang, maupun pedagang dengan aparat yang selama ini terjalin dengan baik. Setelah revitalisasi kondidisi bangunan pasar menjadi lebih bersih dan rapi. Revitalisasi berdampak pada penurunan pendapatan pedagang.	Terjadi persamaan yang membahas dampak sosial ekonomi setelah terjadinya revitalisasi	Metode yang digunakan adalah kualitatif.

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3.	Kadek Cyntia Pratiwi, I Nengah Kartika (2019) Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading.	Kualitatif	Tingkat efektivitas pelaksanaan revitalisasi di pasar Desa Pakraman tergolong cukup berhasil, hal ini dapat dilihat dari rata-rata efektivitas dari variable <i>input</i> , proses dan <i>output</i> yang memperoleh hasil yang cukup efektif.	Menganalisis pendapatan dan tata kelola pasar setelah revitalisasi.	Penelitian Kadek dan kartika menggunakan analisis deskripsi dan uji beda dua rata-rata sampel berpasangan.
4.	A.A Mirah Pradnya Paramita & A.A Ketut Ayuningasasi (2013) Efektivitas dan Dampak	Kualitatif	Hasil menunjukkan bahwa program revitalisasi pasar tradisional berjalan cukup	Revitalisasi pasar yang didukung pedagang sehingga terjadi	Perbedaan dengan metode yang peneliti pakai, metode keseluruhan kepada

Tabel 2.1-Lanjutan

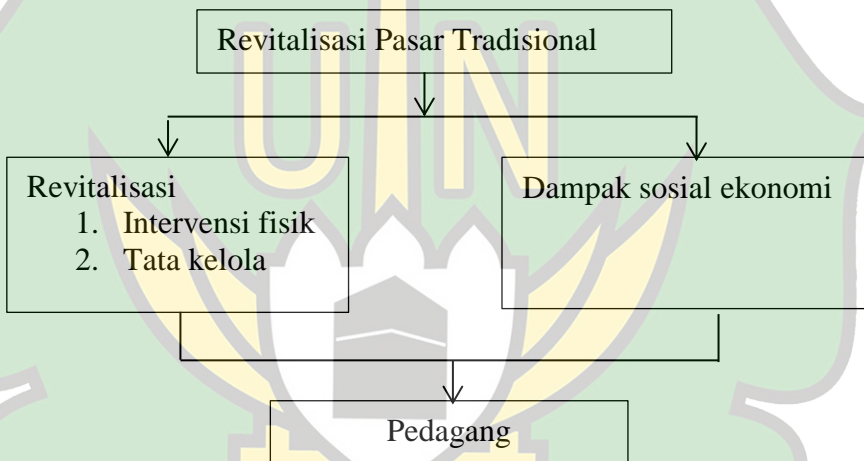
No.	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan.		efektif dan program ini berdampak positif.	revitalisasi yang efektif oleh pengelola pasar	pedagang pasar.
5.	Ni Putu Eka Stutiari, Sudarsana Arka (2019) Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Badung.	Kualitatif	Pendapatan pedagang meningkat sesudah revitalisasi pasar.	Terjadi perubahan pendapatan yang meningkat sesudah revitalisasi pasar. Dan terjadi peningkatan terhadap tata kelola pasar yang meliputi kondisi sarana serta fasilitas pasar.	Metode ini menggunakan probability sampling dengan teknik pengambilan sampel memberikan peluang bagi setiap pedagang pasar.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

2.9 Kerangka Berpikir

Sugiyono (2018), menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Penulis (2022)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif dengan mengacu pada fenomena yang terjadi di masyarakat. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah, dimana peneliti sebagai instrument, teknik pengumpulan data dan di analisis bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan fenomen atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi orang secara individu atau kelompok.

3.2 Objek Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana peneliti menemukan fenomena tertentu disana dan ditetapkan sebagai suatu latar untuk diteliti. Moleong (2018: h. 127) menjelaskan bahwa dalam memilih suatu lokasi penelitian diarahkan oleh suatu teori secara empiris yang kemudian dirumuskan ke dalam bentuk data yang bersifat sementara. Nantinya data tersebut akan disandingkan serta dikonfirmasi dengan data yang ditemukan saat peneliti telah terjun ke lapangan (lokasi penelitian). Adapun lokasi penelitian ini adalah di pasar Seutui Kecamatan Baiturrahman Kota

Banda Aceh. Peneliti memilih pasar Seutui Banda Aceh sebagai objek dalam penelitiannya dengan alasan karena penulis melihat adanya perubahan setelah diadakannya revitalisasi pasar.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang dimintai untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Pada penelitian kualitatif, responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan. Informan penelitian adalah narasumber yang merujuk pada seseorang yang paham terkait objek penelitian, serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang diangkat (Sugiyono, 2018). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling*, dimana *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan pedagang pengunjung pasar dan pengelola pasar seutui sebagai informan dengan jumlah informan sebanyak 10 orang, yakni 5 orang pedagang, 3 orang pengunjung, dan 2 orang pengelola pasar yang mana pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* atau dilakukan secara acak (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.1
Data Informan

No.	Jenis Pedagang	Umur	Alamat	Lama Berjualan	Jenis Pedagang
1.	Sabri	45 tahun	Peuniti	25 tahun	Pedagang daging
2.	Junaidi	31 tahun	Batoh	18 tahun	Pedagang ikan
3.	Darwati	48 tahun	Lampeneurut, Aceh Besar	18 tahun	Pedagang sayur
4.	Ikram	40 tahun	Seutui	12 tahun	Pedagang ayam
5.	Bakhtiar	38 tahun	Seutui	16 tahun	Pedagang kelontong

Sumber: data penelitian 2022

Tabel 3.2
Informan Pendukung

No.	Nama	Umur	Keterangan
1.	Bang Jek	50 tahun	Pengelola pasar
2.	Toni	38 tahun	Bendahara pasar
3.	Nurul	53 tahun	Pengunjung
4.	Zulaikha	40 tahun	Pengunjung
5.	Siti	40 tahun	Pengunjung

Sumber: data penelitian 2022

3.3 Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data penelitian merupakan subjek dari mana diperoleh (Arikunto, 2010). Penelitian ini menggunakan data primer *cross section* yang diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada pedagang dan pengunjung di Pasar

Tradisional Seutui Banda Aceh. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti. Data primer diambil dengan observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung di Pasar Seutui.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari pihak kedua yang bisa berupa manusia ataupun catatan yang bersifat dokumentasi (Alfabeta, 2016).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam metodologi penelitian kualitatif, ada berbagai teknik pengumpulan data. yaitu teknik pengambilan data dalam penelitian ini, yaitu observasi, wawancara, dan teknik dokumentasi. Secara singkat, teknik-teknik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Rahardjo, 2011):

1. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Observasi merupakan teknik dalam pengumpulan data yang

mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono, 2018). Melalui kegiatan observasi, peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari pelaku tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2016). Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dokumen yang terkait dengan revitalisasi pasar Seutui Banda Aceh.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang perspektif dalam topik penelitian (Wicaksono, 2013). Wawancara merupakan suatu proses komunikasi atau interaksi tanya jawab antara peneliti dengan responden untuk mengumpulkan data atau informasi berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif yaitu pernyataan hasil wawancara dari informan dengan menggunakan tahapan, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data (Sugiyono, 2018). Teknik analisis data kualitatif merupakan suatu kegiatan berfikir yang mengendalikan secara penuh interpretasi peneliti, merupakan rangkuman keseluruhan pemikiran dari telaah pustaka untuk bisa mengenal tanda-tanda komponen, hubungan antara satu dengan lain dan juga fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang sudah terpadu. Penelitian kualitatif harus mampu mengungkapkan gejala yang ada di masyarakat secara sistematis. Oleh karena itu, sistematis yang ada dalam penelitian kualitatif ini mampu mengungkapkan kejadian yang sebenarnya, sehingga akan sulit di tolak kebenarannya.

3.6.1 Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2018) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari nilai yang diperlukan. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan ke

pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulannya dan akhirnya secara tepat sesuai dengan fokus utamanya.

3.6.2 Penyajian Data

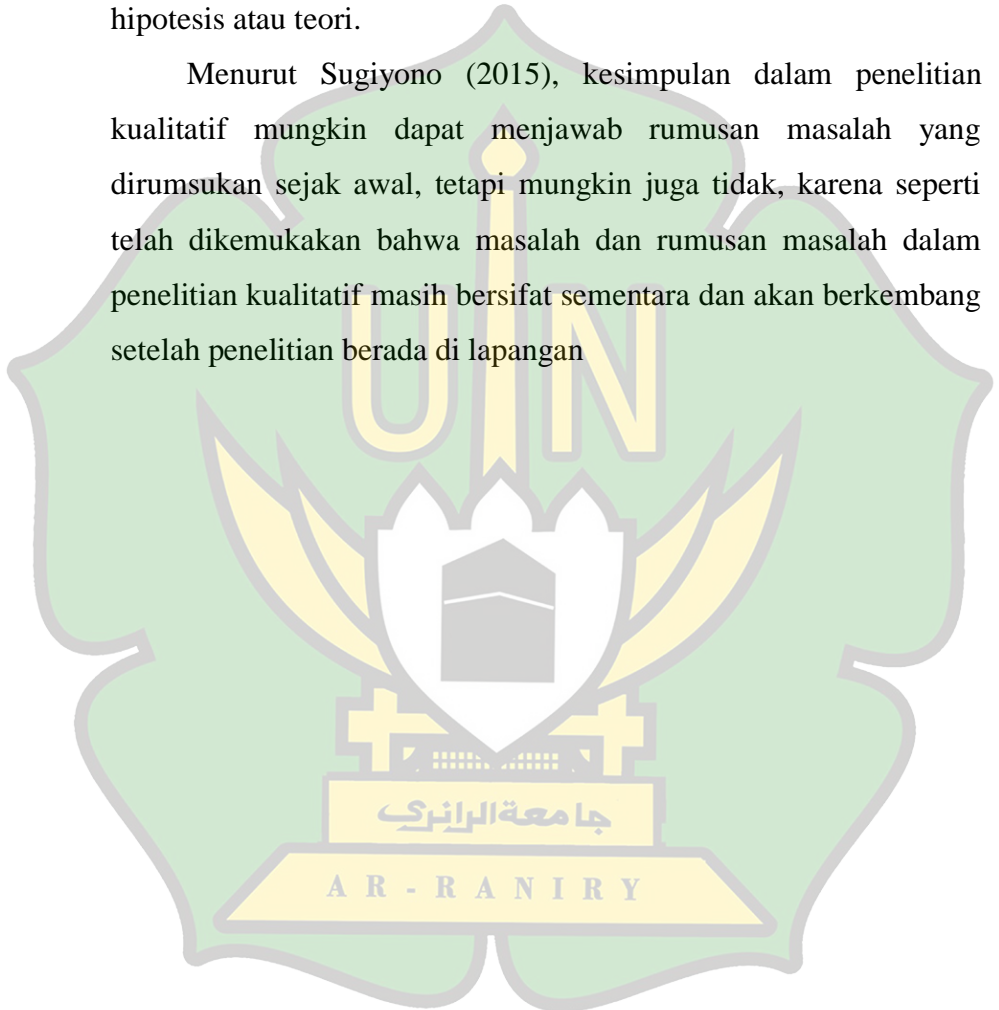
Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk *table*, grafik, *flowchart*, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif, data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018).

3.6.3 Verifikasi Data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini peneliti berusaha menganalisis hasil display data, diteliti sekaligus dapat memberikan solusi. Tujuan dari kesimpulan dan verifikasi ini adalah untuk mendapatkan temuan baru yang sebelumnya belum

pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Menurut Sugiyono (2015), kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumsukan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan

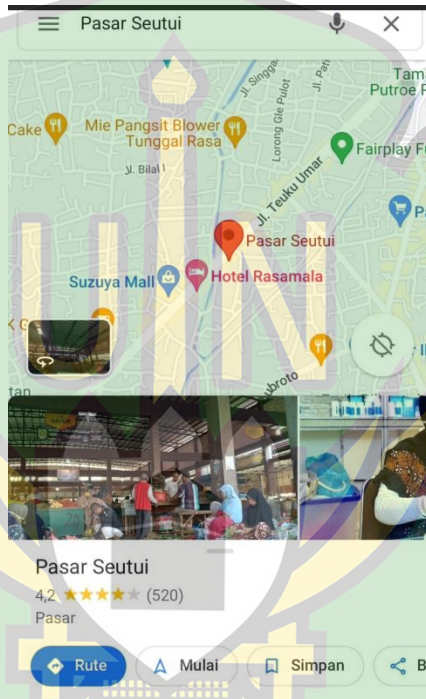


BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Pasar Seutui



Gambar 4.1 pasar Seutui

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Seutui. Seutui merupakan salah satu desa atau gampong di Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh. Kecamatan ini memiliki sepuluh gampong yang berada di wilayahnya, yaitu:

1. Gampong Ateuk Jawo
2. Gampong Seutui

3. Gampong Ateuk Deah Tanoh
4. Gampong Sukaramai
5. Gampong Ateuk Pahlawan
6. Gampong Neusu Jaya
7. Gampong Ateuk Munjeng
8. Gampong Peuniti
9. Gampong Neusu Aceh
10. Gampong Kampung Baru

Kampung Baru merupakan gampong yang terluas, terbesar dibandingkan dengan gampong-gampong yang lain di Kecamatan Baiturrahman, yakni 93,25 Ha, sedangkan gampong dengan luas terkecil adalah ATeuk Deah Tanoh dengan luas 15,75 Ha². Kecamatan Baiturrahman memiliki luas 0,48917 Km² (489,17 Ha), dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Kecamatan Kuta Raja
2. Sebelah Selatan : Kecamatan Banda Raya
3. Sebelah Timur: Kecamatan Lueng Bata
4. Sebelah Barat : Kecamatan Meuraxa

Gampong Seutui merupakan salah satu gampong di Kecamatan baiturrahman dengan luas 32,62 Km². Terhitung tahun 2018, jumlah rumah tangga di gampong Seutui berjumlah 1026, sementara jumlah penduduk yaitu 3758. Gampong Seutui memiliki lima dusun, yaitu:

1. Sibayak
2. Seulawah

3. Glee Gurah
4. Kulu
5. Kerinci

Dilihat dari konteks sosial keagamaan, masyarakat Gampong Seutui merupakan masyarakat yang heterogen, terdiri dari penduduk pendatang juga penduduk asli dengan beragam suku dan agama. Tercatat bahwa dari keseluruhan jumlah penduduk, penduduk yang memeluk Islam berjumlah 3554 jiwa, Protestan berjumlah 2 jiwa, Katolik 48 jiwa, dan Budha berjumlah 79 jiwa.

Salah satu yang spesial di Gampong Seutui yaitu adanya pasar yang berstandar SNI sebagai tempat masyarakat melakukan transaksi jual beli. Pasar Seutui berdiri sekitar tahun 1962 yang sering disebut pasar sayur lama. Saat itu pasar dihuni oleh 150 pedagang yang menjual sayur, daging dan ayam. Pada saat itu menggunakan lapak terbuka yang bertendakan plastik.

Untuk memudahkan mengkoordinir segala kegiatan dan kebutuhan pedagang dipasar Seutui pada tahun 1975 dibentuk Organisasi Pedagang pasar Seutui (OPPS). Pada tahun 1977 sampai tahun 1979 pemerintah mulai melakukan pembangunan pasar untuk menciptakan kondisi pasar yang lebih nyaman baik bagi pedagang maupun pembeli. Pada periode tahun ini seluruh bangku, meja, dan tong dalam pasar Seutui terisi penuh oleh pedagang. Namun, pada tahun 1984 terjadi gempa dan menyebabkan beberapa bagian bangunan pasar retak.

Pada tahun 1985 kegiatan pasar Seutui sempat terganggu, dikarenakan adanya perbaikan jalan Teuku Umar dan pembangunan media jalan sehingga pasar menjadi sepi karena tidak ada jalur putar untuk masuk ke dalam pasar. Untuk mengatasi masalah ini, sekitar tahun 1990 dibangun jembatan Krumai sebagai jalur masuk ke dalam pasar sehingga pembeli dapat dengan mudah masuk ke pasar.

Bencana Tsunami pada tahun 2004 tidak menyebabkan kehancuran yang berarti bagi bangunan pasar Seutui, hanya retak-dibeberapa bagian bangunan saja. Meskipun begitu, perhatian pihak luar terhadap rekonstruksi Aceh juga berimbas kepada pasar Seutui dimana pada tahun 2006 organisasi dari Jepang memberikan bantuan berupa pemasangan keramik.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di sekitar Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh, Pasar Seutui menawarkan berbagai jenis bahan pangan termasuk rempah-rempah, kelontong, warung kopi dan jasa konveksi. Bahan sandang pangan yang dipasok berasal dari Pasar Aceh, Lambari juga dari luar kota Banda Aceh seperti Bireuen dan Takengon.

Pada tahun 2015 pasar Seutui kembali diperbarui, melalui Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kota Banda Aceh. Pembangunan tersebut merupakan program Pemerintah Kota Banda Aceh dalam upaya memodernisasi pasar tradisional. Pasar Seutui Banda Aceh juga merupakan bagian dari pembangunan 1.000 pasar tradisional yang dirancang oleh Presiden

RI Ir. Joko Widodo. sesuai rencana, bahwa pihak pemerintah menjadikan Pasar Seutui Banda Aceh sebagai pasar sehat, yang dapat menjadi contoh untuk pasar lain di seluruh wilayah Aceh. Pasar Seutui Banda Aceh menjadi tempat yang aman, nyaman, tertib, dan bersih.

Selain disediakannya tempat yang baru, para pedagang di pasar Seutui juga diberikan timbangan digital secara gratis. Dengan begitu, pasar ini juga menjadi contoh pasar yang tertib ukur. Seluruh produk dagangan yang dijual di Pasar seutui diawasi dengan ketat dan selektif, sehingga tidak ada pedagang yang menjual barang dagangan yang tidak sesuai dengan ketentuan kesehatan, seperti mengandung *borax* dan formalin. Bahkan, untuk kategori penyembelihan hewan ternak, sudah mendapatkan sertifikasi dari Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh.

Dalam pembangunan pasar Seutui, juga terdapat los dan kios yang disewa oleh pedagang. Di tahun pertama peresmian pasar baru Seutui tahun 2015, pedagang yang sebelumnya direlokasi ke pasar Goheng akan digratiskan selama satu tahu. Hal tersebut dilakukan dnegan tujuan untuk memudahkan para pedagang dan penyesuaian diri para pedagang, serta tidak memberatkan.

Tabel 4.1
Data Jumlah Pedagang Pasar Setui Sebelum Dan Sesudah
Revitalisasi

No.	Jenis Pedagang	Sebelum	Sesudah
		Revitalisasi	Revitalisasi
		Jumlah Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Pedagang sayur	53 orang	27 orang
2.	Pedagang santan peras	12 orang	12 orang
3.	Pedagang ikan	25 orang	10 orang
4.	Pedagang daging	10 orang	10 orang
5.	Pedagang ayam	10 orang	12 orang
6.	Pedagang bumbu	14 orang	12 orang
7.	Pedagang kelontong	25 orang	18 orang
8.	Tukang jahit	5 orang	2 orang
9.	Pedagang lain-lain	16 Orang	17 orang
Total		150 orang	120 orang

Sumber: pasar Seutui Banda Aceh

4.2 Sistem Pengelolaan Pasar Seutui

4.2.1 Visi Misi Pasar Seutui

Sejalan dengan berdirinya pasar Seutui, suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan

diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan professional.

Dengan hal tersebut, maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi. Adapun visi dan misi pasar Seutu Banda Aceh sebagai berikut:

1. Visi

Ingin meningkatkan perekonomian masyarakat yang berjualan dipasar Seutui Banda aceh serta terwujudnya pasar yang tertib, bersih, indah, dan nyaman dalam memajukan ekonomi kerakyatan guna menuju pemerintahan yang mandiri.

2. Misi

- a. Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta meningkatkan pelaksanaan koordinasi atau penyelenggaraan pemerintah daerah dalam hal pengelolaan pasar.
- b. Meningkatkan sarana dan prasarana.
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna pasar.
- d. Meningkatkan peran serta fungsi sebagai lembaga ekonomi yang berwatak kerakyatan.

4.2.2 Kepengurusan Pasar Seutui

Adapun kepengurusan pasar Seutui, kec. Baiturrahman. Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Kepala pengelola : Bang Jek

Sekretaris : -

Bendahara : Toni

Juru parkir : Makmur

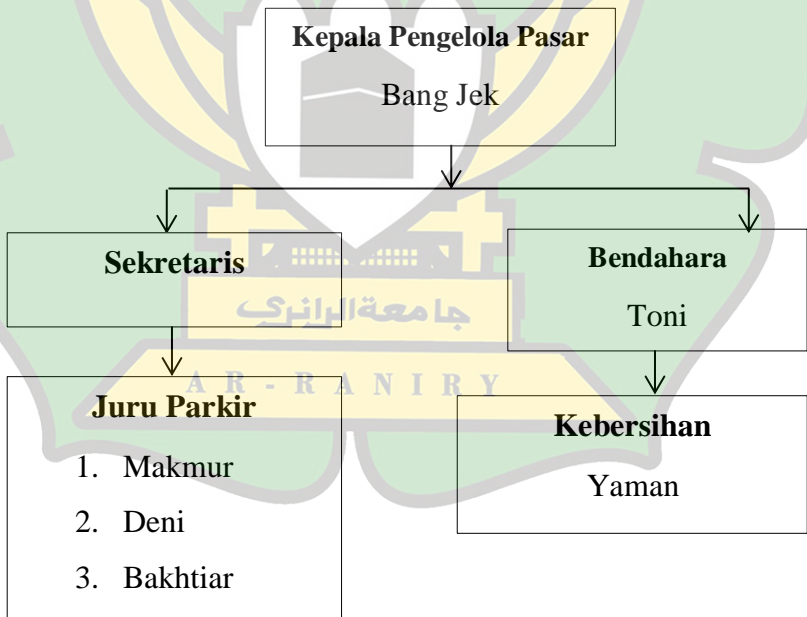
: Deni

: Bakhtiar

Kebersihan : Yaman

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Pasar Seutui Kota Banda Aceh



Sumber: Pasar Seutui Banda Aceh

4.3 Hasil dan Pembahasan

Tabel 4.3 Daftar Profil Informan Pasar Seutui Banda Aceh

NO.	Nama Pedagang	Jenis kelamin	Tanggal Wawancara	Keterangan
1.	Bang Jek	Laki-laki	8 Juli 2022	Pegelola pasar
2.	Toni	Laki-laki	8 Juli 2022	Bendahara pasar
3.	Sabri	Laki-laki	8 juli 2022	Pedagang daging
4.	Junaidi	Laki-laki	8 juli 2022	Pedagang ikan
5.	Darwati	Perempuan	11 Juli 2022	Pedagang sayur
6.	Ikram	Laki-laki	11 Juli 2022	Pedagang ayam
7.	Bakhtiar	Laki-laki	16 Juli 2022	Pedagang kelontong
8.	Nurul	Perempuan	16 Juli 2022	Pengunjung
9.	Zulaikha	Perempuan	16 Juli 2022	Pengunjung
10.	Siti	Perempuan	16 Juli 2022	Pengunjung

Sumber: data Primer (diolah) 2022

Dalam proses pengambilan data dilakukan dengan tiga tahapan yaitu obeservasi, dokumentasi dan wawancara. Berdasarkan table di atas, informan penelitian di pasar Seutui meliputi 5 orang pedagang, 2 orang pengelola pasar dan 3 orang pengunjung.

4.3.1 Tata Kelola

Tata kelola merupakan salah satu unsur terpenting dalam pengadaan sebuah pasar yang baik. Pasar haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh aspek manajemen pasar terintegrasi dalam satu sistem. Kepaduan sistem manajemen pasar adalah syarat terwujudnya manajemen yang professional (Rizki, 2017). Pasar tidak dapat dikelola secara terpisah antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Mengenai tata kelola pasar tradisional yang baik merupakan upaya untuk menjadikan pasar tradisional menjadi tempat yang nyaman untuk pedagang, parkir dan para kuli angkut serta juru bersih mencari pendapatan.

Pasar tradisional Seutui umumnya kurang tertata baik dari segi jenis jualan, maupun tempat berjualan sehingga dikhawatirkan akan mengurangi kenyamanan berbelanja. Maka dari itu revitalisasi pasar Seutui Banda Aceh dilakukan untuk mengubah citra pasar tradisional yang kotor kumuh dan tidak berkembang dengan baik, menjadi kota yang sehat. Pasar Seutui sendiri berdiri sejak tahun 1962 dengan memiliki struktur bangunan dua lantai, dan pada tahun 2015 terjadi revitalisasi pada bangunan pasar Seutui terlihat jauh lebih bagus dengan memiliki struktur hanya lantai dasar saja, tempat berjualan tertata rapi sesuai jenis dagangannya dan bersih setelah direvitalisasi.

Dari hasil wawancara dengan pengelola pasar dan bendahara pasar, mereka memberikan informasi yang sama. Bang Jek selaku pengelola pasar mengatakan terdapat perbedaan pasar setelah dan

sesudah revitalisasi, yaitu pengunjung semakin ramai, letak lokasi pedagang sesudah revitalisasi menjadi lebih tertata lagi. perbedaan segi keamanan mengalami peningkatan yaitu, pengelolaan pasar lebih baik, relasi antar pedagang juga lebih mudah diatur karena adanya keamanan dari pasar.

Pak Toni, beliau adalah bendahara di pasar Seutui. Beliau mengatakan pengelola memberikan rasa aman dan nyaman kepada para pedagang dan juga pengunjung karena bang Jek selaku pengelola selalu ada di tempat untuk memastikan keadaan pasar baik-baik saja.

Menurut peraturan Mendagri 2018, pengelolaan pasar yang berhasil perlu manajemen operasional yang meliputi:

1. Keamanan, satuan pengamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para penyewa/pedagang. Para penghuni memiliki kesadaran yang tinggi untuk terlihat dalam menjaga keamanan bersama. Pak Toni selaku bendahara pasar mengatakan pedagang dipungut biaya untuk keamanan sebesar Rp. 15.000 per hari. Para pedagang membayar sewa lapak untuk kios sebesar Rp. 7.000.000 per tahun, untuk lapak pedagang perlu membayar sewa sebesar Rp. 5.000.000 per tahun. Ini semua diluar dari biaya listrik.
2. Sampah, para pedagang membuang sampah pada tempatnya, sampah tidak bertebaran di sembarang tempat.

Tong sampah tersedia di berbagai tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampahnya. Pak Toni juga mengatakan untuk sampah, para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Beliau mengatakan di pasar Seutui terdapat petugas kebersihan, mereka akan membersihkan sampah yang masih tersisa bekas pedagang berjualan untuk dibuang ke bak sampah di belakang pasar, tetapi pedagang harus membayar iuran kebersihan sebesar Rp. 10.000 per hari.

3. Ketertiban, terciptanya ketertiban di dalam pasar karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli. Peraturan yang harus di patuhi oleh pedagang yaitu:
 - 1) 1 KK hanya boleh punya 1 lapak atau ruko saja.
 - 2) Menjaga kebersihan lokasi berjualan demi kenyamanan pengunjung pasar.
 - 3) Melihara bersama kebersihan saran umum seperti toilet umum, tempat pembuangan sampah, tempat parkir, lantai/selokan dan lainnya.
 - 4) Pengelola pasar bertugas mengawasi pasar dan memungut semua iuran kepada pedagang.
 - 5) Memakai masker, baik pedagang maupun pengunjung.
 - 6) Pedagang yang tidak aktif selama sebulan tanpa alasan yang jelas akan langsung digantikan dengan pedagang lain.

4. Pemeliharaan, pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana. Pengelola pasar mengatakan, biaya pemeliharaan pasar tidak ada. Pedagang hanya perlu membayar iuran keamanan dan iuran sampah saja.

4.3.2 Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Pedagang Pasar Seutui Pasca Revitalisasi

Sosial ekonomi adalah kedudukan seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan. Manusia sering kali disebut makhluk sosial yang artinya manusia tidak dapat hidup tanpa adanya bantuan dari orang lain, sehingga sosial sering diartikan sebagai hal yang berkenaan dengan masyarakat (Abdulsyani dalam Reddy, 2013).

Pasar suatu tempat pertemuan antara orang yang mau menjual dan orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu. Para penjual dan pembeli saling bertemu di pasar, masing-masing dari mereka mempunyai keinginan dan kepentingan sendiri (Gilarsoo dalam Ma'rif, 2018). Sebagaimana yang terdapat di Pasar Seutui Banda Aceh, keadaan masyarakat sangat majemuk dan hubungan dari daerah dan daerah sekitar pasar.

Selain kemajemukan yang beragam, tingkat usaha yang dilakukan para pedagang juga berbeda antara pedagang satu dengan

pedagang yang lainnya, itu karena perbedaan modal, tingkat kreatifitas, pendidikan, dan pengalaman kerja masing-masing pedagang.

Dari hasil wawancara dengan para pedagang pasar seutui Banda Aceh, para pedagang memberikan informasi yang hampir sama. Dampak sosial ekonomi yang terjadi pada pasar tradisional Seutui Banda Aceh dapat diketahui dari paparan hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber sebagai berikut:

Bang Sabri, beliau sudah berjualan selama 25 tahun sebagai pedagang daging, beliau jualan di pasar Seutui mulai jam 7 pagi hingga jam 12 siang. Menurut beliau setelah revitalisasi pasar berdampak pada sosial ekonomi, sosial semakin erat dan dampak ekonomi dari revitalisasi pasar membuat jumlah pengunjung meningkat sehingga pendapatan ikut meningkat. Beliau mengalami perubahan pendapatan setelah revitalisasi *“Sebelum revitalisasi pasar, pendapatan bersih saya sehari Rp 1,5 juta sampai Rp 2 juta, setelah terjadinya revitalisasi sehari bisa mendapatkan Rp 3 juta sampai Rp 4 juta, ini disebabkan juga karena jam kerja”*. Tetapi ini dibagi 2 karena saya join dengan teman.

Bang Junaidi, beliau bekerja di pasar Seutui sejak tahun 2004 atau sudah 18 tahun sebagai pedagang ikan. Menurut beliau revitalisasi berdampak pada sosial ekonomi, pendapatan yang sebelumnya fluktuatif, menjadi lebih stabil mengarah keatas. Perubahan pada pendapatan bersih yang terjadi bisa mencapai Rp 12 juta per bulannya. Menurutnya jam kerja sangat memengaruhi

pendapatan *“saya akan mendapatkan pendapatan yang lumayan banyak ketika saya tutupnya sedikit lebih lama dan sebaliknya ketika saya tutup lebih cepat maka pendapatan juga berkurang “.*

Bu Darwati, beliau berdagang di pasar Seutui sudah 18 tahun sebagai pedagang sayur. Revitalisasi membuat sosial ekonominya berdampak *“yang dulunya pasar becek ketika hujan sekarang jadi lebih bagus lagi, lebih nyaman sehingga pengunjung nyaman berbelanja di pasar ini. Pedagang disini saling berinteraksi satu sama lain karena setelah revitalisasi pasar jadi lebih teratur dan tata kelola lebih baik”*. Menurutny sebelum dan sesudah revitalisasi pendapatan yang diperolehnya masih seimbang (netral), tidak terlalu berpengaruh terhadap pendapatan, tergantung harga pasar.

Bang Ikram, beliau sudah 12 tahun berjualan di pasar Seutui, menurut beliau setelah revitalisasi terjadi kenaikan pada omset penjualannya, tetapi tidak setiap hari. Beliau mengatakan *“per bulan pendapatan bersih bisa mencapai Rp 22 juta”* karena curahan jam kerja mempengaruhi pendapatan. Beliau juga mengatakan menggunakan jasa tenaga kerja”

Pak Bakhtiar, sudah berjualan selama 16 tahun sebagai pedagang kelontong. Menurut beliau revitalisasi berdampak pada sosial ekonomi dan perubahan pada pendapatan *“Sebelum revitalisasi pendapatan bersih per hari sekitar Rp 5 juta, setelah revitalisasi ini pendapatan bersih bisa mencapai Rp 8 juta per*

harinya”. Beliau mengatakan mempunyai tenaga kerja sebanyak 2 orang, karena tidak sanggup apabila menghandle sendiri tokonya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan para informan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap perubahan membawa dampaknya sendiri. Adanya revitalisasi dapat mempengaruhi atau berdampak pada sosial ekonomi pedagang ini sendiri.

Revitalisasi tidak hanya membuat perubahan pada pendapatan pedagang, tetapi membuka lapangan pekerjaan bagi orang sekitar, sehingga dapat mengurangi pengangguran. Ada beberapa pedagang yang memakai jasa tenaga kerja orang lain, dan terkadang ada yang memakai jasa tenaga kerja keluarganya sendiri seperti anak, atau bahkan saudaranya.

4.3.3 Tanggapan Pedagang dan Pengelola Pasca Revitalisasi

Pedagang menanggapi dengan perasaan senang tentang kebijakan revitalisasi ini. Pedagang menganggap tepat kebijakan ini karena kondisi pasar lebih aman, nyaman dan terhindar dari becek jika dibandingkan dengan pasar lama. Pedagang merasa pasar yang dulunya kumuh, tidak tertata sekarang menjadi lebih baik dibandingkan dengan bangunan lama. Perubahan tata letak para pedagang tidak membuat hubungan antar pedagang dan pengelola pasar menjadi berjauhan, melainkan mereka tetap menjalin komunikasi yang sangat baik.

Sedangkan pengelola pasar Seutui menanggapi bahwa revitalisasi ini perlu terjadi agar tidak kalah saing dan ketinggalan

jauh dengan pasar modern. Kebijakan revitalisasi pasar Seutui Banda Aceh memiliki dampak, salah satunya adalah dampak hubungan antar pedagang dengan pedagang lain, pedagang dengan pembeli dan pedagang dengan pengelola pasar. Adanya peraturan zonasi di pasar Seutui Banda Aceh membuat perubahan tata letak dagang, meskipun terjadi perubahan tata letak dagang pedagang tetap menjalin komunikasi yang baik, dimana pedagang disebelahnya tidak sama dengan pedagang yang ketika berada pada bangunan lama.

4.3.4 Keluhan Pembeli Pasca Revitalisasi

Adanya revitalisasi pasar Seutui menjadi harapan baru bagi pedagang yaitu meningkat atau bertambahnya pembeli dan pelanggan mereka di pasar yang baru di revitalisasi ini. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan pembeli yang biasa berbelanja di pasar Seutui:

Ibu Nurul salah satu pelanggan setia pasar Seutui karena tempat ia mengajar melewati pasar Seutui. Jadi ketika pulang mengajar saya sekaligus melewati pasar Seutui dan beliau memilih berbelanja disini karena sudah mempunyai langganan sendiri. Menurut beliau pasar Seutui sekarang menjadi lebih tertata, memudahkan kita untuk mencari barang yang kita butuhkan. Berbelanja di pasar Seutui sekarang sudah lebih nyaman, tidak becek lagi dan kebutuhan sehari-hari disini sudah lengkap. Menurutnya kebersihan pasar dan fasilitas pasar masih harus di

perhatikan lagi *“Kondisi kebersihan saya liat sudah rapi, bersih, fasilitas juga sudah lengkap, hanya saja lantai pada wc umum sangat kotor”*. Menurutnya pasar Seutui sudah sesuai harapan, karena lapak sudah tertata sesuai jenis dagangannya.

Ibu Zulaikha merupakan seseorang yang sering berbelanja di pasar Seutui karena ia merasa puas berbelanja disini, semua barang yang dia butuhkan ada di pasar ini. Bu Zulaikha berpendapat bahwa pasar setelah revitalisasi semakin bagus dan banyak pengunjung berbelanja, barang yang diperjual belikan sudah mulai lengkap, fasilitas seperti wc umum mushala dan parkir juga lengkap. Ketika ditanya apakah Bu Zulaikha nyaman berbelanja disini, beliau mengatakan *“Saya hanya kurang nyaman pada fasilitas wc umum yang lantainya jorok, saran saya mungkin lantainya bisa diganti saja”*.

Ibu Siti seorang ibu rumah tangga, beliau salah satu pembeli di pasar Seutui. Alasan beliau berbelanja di pasar Seutui karena ketersediaan barang-barang dapur seperti bumbu, ayam, daging, dan sayur-sayuran dan segala macam. Soal perubahan pembangunan pada pasar beliau berpendapat *“Bangunan sudah jauh lebih bagus, tidak usang seperti sebelum revitalisasi, kondisi kebersihan sudah bersih dan juga fasilitas yang sudah memadai”*. Ibu siti kurang nyaman menggunakan fasilitas umum seperti wc umum karena kotor. Menurut beliau pasar Seutui sudah sesuai harapan, karena sangat membantu bagi warga sekitar pasar seutui.

“Walaupun bukan pasar yang besar, tetapi semua kebutuhan ada disini dan bisa terpenuhi”.

Dengan demikian, menurut analisa penulis pembeli lebih memilih berbelanja di pasar Seutui walaupun mereka bisa berasal dari daerah sekitar pasar, karena sudah memiliki langganan dan mereka merasa nyaman untuk berbelanja di pasar Seutui karena nyaman, bersih dan rapi walaupun mereka harus memutar arah yang jauh untuk sampai ke pasar. Ketika peneliti bertanya apakah pasar ini sudah sesuai harapan mereka? Ternyata kondisi pasar sesuai dengan harapan dimana bangunan yang mejadi lebih baik, tertata, rapih dan bersih. Fasilitas yang dirasakan oleh pembeli sudah sangat bagus seperti wc umum, mushalla, tempat cuci tangan, bak sampah di berbagai titik dan lahan parkir. Akan tetapi pembeli mengeluh soal kebersihan pada lantai toilet yang terlihat kotor seperti tidak disikat, dan ada juga pembeli yang merasa beberapa harga di pasar Seutui ini sedikit lebih mahal dari pasar yang lainnya. Hal ini mungkin disebabkan karena pedagang tidak membeli langsung dari tangan pertama, melainkan membeli dari pedagang lain lalu dijual kembali.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional Seutui Banda Aceh, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Revitalisasi merupakan langkah tepat yang dilakukan oleh pemerintah. Pasar Seutui adalah yang pertama mengalami renovasi karena arsitektur kuno dan kondisinya yang bobrok. Pedagang menjadi lebih nyaman sebagai hasil dari upaya revitalisasi karena infrastruktur pasar, posisi pedagang, dan tata ruang sarana prasarana semuanya telah ditangani.
 - a. keamanan pasar bekerja dengan penuh tanggung jawab dan bisa melakukan koordinasi dan kerjasama dengan para pedagang. Pedagang dipungut biaya untuk keamanan sebesar Rp. 15.000 per hari.
 - b. Sampah, para pedagang membuang sampah pada tempatnya, sampah tidak bertebaran di sembarang tempat. Di pasat Seutui mempunyai petugas kebersihan yang akan membuang sampah pedagang yang masih tersisa, tetapi pedagang harus membayar iuran kebersihan sebesar Rp. 10.000 per hari.
 - c. Ketertiban, terciptanya ketertiban di dalam pasar karena para pedagang telah mematuhi semua aturan

seperti menjaga kebersihan, memelihara bersama kebersihan sarana umuman pengelola bertugas mebguasu pasar dan memungut iuran.

- d. Pemeliharaan, pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana.
2. Kedua, pasar memiliki dampak sosial yang dirasakan dimana pedagang menjalin hubungan baik antar pedagang rasa kesetiakawanan dan solidaritas antar pedagang semakin meningkat, berjualan lebih nyaman, serta rasa saling percaya antar pedagang. Meskipun terjadi perubahan tata letak dagang pedagang tetap menjalin komunikasi yang baik, dimana pedagang disebelahnya tidak sama dengan pedagang yang ketika berada pada bangunan lama. Dampak ekonomi yang dirasakan pedagang dapat dilihat dari segi penghasilan setelah adanya revitalisasi, penghasilan pedagang meningkat dibandingkan sebelum revitalisasi. Hal ini disebabkan karena tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh pedagang juga meningkat dan mempengaruhi penghasilan dari pembeli di pasar Seutui Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan dari hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Untuk pihak petugas kebersihan, harus selalu melakukan peningkatan dalam segi pemeliharaan pasar seperti fasilitas toilet yang kurang bersih, sehingga pembeli merasa kurang nyaman untuk menggunakannya.
2. Pemerintah dapat melakukan peninjauan dengan berbagai langkah untuk meningkatkan semua aspek seperti pemasaran, untuk mendorong lebih banyak pembeli untuk membeli di pasar tradisional dan mengawasi keberlanjutan pasar tradisional agar tidak kalah saing dengan pasar modern dan pasar tradisional bisa terus berkembang dan berbenah menjadi semakin baik pasca revitalisasi.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Mirah Pradnya Paramitha dan A.A Ketut ayuningsasi, Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan. *E-Jurnal EP Unud*, 2 [5] 233-243
- Abdurrahman dan sanusi. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Ain Rahmi. (2015). *Mekanisme Pasar dalam Islam*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 2, 177-192
- Agus S. Ekomadyo, *Pengembangan rancangan revitalisasi pasar tradisional sebagai asset sosio-kultural kota*”, (Bandung: Institut Teknologi Bandung, 2012)
- Albara, “Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi,” *Academia*, Vol. 5, No.2, (2016), 247
- Andi Sultan, *Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan*. Fakultas Ekonomi, Univ. Muhamadiyah Makassar.
- Anif Maftuhin & Tantin Puspitarini. (2021). Tinjauan Masalah Terhadap Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi dampak Sosial Ekonomi.
- Annisa Indah Masitha. (2010). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang.
- Artaman, D .M Aris, Yuliarni, N.N., dan Djayastra I.K. 2015. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Sindu di Desa Aadat Intaran b sanur . *Piramida*, 13(1). ISSN 1907-3275.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Brahmaputra, Gede Bagus. (2012). Efektifitas Dan dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Daya Saing Pasar Sindu Di Desa Sanur Denpasar selatan. *Tesis S2*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.

Dessy Febriyanty. (2013). Model of Role Strengthening of Traditional Market Based on Sosial Capital in Indonesia. Study Case Beringharjo Market, Jogjakarta. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 4, pp:155-156

Dini Noor Aini dan Hasan Muchtar Fauzi, Analisis Kebijakan dan Startegi Pengembangan Pasar Tradisional di Kabupaten Situbondo, Vol 3, No 2.

Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Bagi Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Rakyat Kauman Tulungagung)

Eeng Ahman dan Yana Rohmana. 2017. *Ilmu Ekonomi dalam PIPS*, Universitas Terbukan. Jakarta Selatan, hlm. 54.

Eli Kurniawan. (2017). Proses dan Dampak Revitalisasi Pasar Tumenggungan Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang (Studi Pada Pedagang Pasar Tumenggungan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah).

Ema Sari. (2020). *Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Lamasi*

Gilarso. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: Anggota IKAPI

Hartono, M. Adik Rudiyanto, Fachrudiy Asj'ari. (2020). Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan pedagang Pasar, Prive; Volume 3, Nomor 2

Harnanto. (2019). Dasar-dasar Akuntansi 2nd ed (Yogyakarta).

Hendri Ma'ruf. 2011. *Paradigma Baru Manajemen Ritel Modern*, Graha Ilmu: Yogyakarta.

Husaini, A. f. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Monza. Pasar Simalingkar Medan.

Indarto. 2017. *Revitalisasi pasar tradisional Pucang Sawit sebagai Cangwit Creative Spac*”, (Jakarta: Institut Seni Rupa Indonesia Surakarta.

Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*. 2008. (Jakarta : Elex Media Komputindo), 45.

KOMPAS edisi 24 April 2017

Kadek Chntia Pratiwi dan I Nengah Kartika. (2019). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan pasar Pohgading. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8.7 805-834

Mentari Indah Ratnasari. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Sampangan Bagi Pedagang Di Kota Semarang. *EDAJ* 4 (2)

Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998

Mulyani,S., (2017). Metode Analisis Dan Perancangan Sistem Bandung:Abdi Sistematika

- Mustafa Edwin Nasution dkk. 2018 *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 157-168.
- Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka, Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung.
- Nirma Kurriawati. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”, 48.
- Nurul Adawiyah Hasibuan. 2017. Analisis Dampak Relokasi pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang sebelum dan sesudah relokasi Ke Pasar Induk Di Kota Medan, (Medan: UIN Sumatera Utara)
- Nur Indah Ariyani, Okta Hadi Nurcahyono. (2014). *Jurnal Analisa Sosiologi April*, 3(1):1-12
- Parsons, W. 2006. *Public Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Kencana. Jakarta. Dialihbahasakan Oleh Tri Wibowo Budi Santoso.
- Prathama Rahrnja dan Mandala Manurung. 2010. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 04 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Pasar
- Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 pasal 10 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 pasal 21 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Peraturan Menteri perdagangan RI No. 84 tahun 2008

Putra, R. Dimas Dwinovanto & Bambang Rudito. (2015). Planning Community Development Program of Limbangan Traditionl Market Revitalization with Social Mapping. *Procedia – social and Behvioral Scienes*, 169. pp. 143-150.

Rahardjo. 2011. *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*

Risang Raditya A. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Angkrusari, Donotirto, Bantul Terhadap Pedagang (Studi di Pasar Angkrusari, Sruwuh, Donotirto, Kretek, Bantul).

Rita Zahara. (2019). *Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Kepuasan Masyarakat Dan Kesejahteraan Pedagang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.*

Rizka Aprilia. (2017). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang. *Economics Development Analysis Journal* 6 (2)

Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi, Adaptasi IFRS*, (Jakarta: Erlangga)

Sopnar Simanjuntak Ompu Manuturi, Fuklor Batak Toba. 2015. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 23.

Sudaryono. 2016. *manajemen pemasaran* C.V Andi Offset Yogyakarta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta

Sudarsana Arka, “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vo. 8, No. 1, (Januari 2019), h. 151.

Suratmo, F.G. 2004. *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta

Tania Nayoan, Florence D. J. LENGKONG & Very Y. Londa. (2021). Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar (Studi di Pasar Rakyat Desa Poopo Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan).

Tomi MHD Rizki. (2017). *Analisis Tata Kelola Pasar Tradisional Menurut Perspektif Ekonomi Islam*

Waluyo, Akuntansi Pajak (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 5.

W.J.S.Poerwadarminta. Jakarta 2019. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN.Balai Pustaka, hal .721.



Lampiran 1

Panduan Wawancara

Dengan Hormat,

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan sebagai data menyusun skripsi saya yang berjudul **“Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Terhadap Pedagang Seutui Banda Aceh”**. Saya mengharapkan kesediaannya untuk menjawab dengan baik. Atas kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin : Laki-Laki/Perempuan (Coret yang tidak perlu)
Jenis pedagang :
Lama berjualan :
Keterangan :

A. . Pertanyaan Tata Kelola Pasar Kepada Pengelola Pasar

1. Apa perbedaan pasar Seutui setelah dan sebelum di revitalisasi?
2. Apakah tata kelola sudah teratur dengan baik?
3. Apakah kemandirian pasar semakin meningkat setelah terjadinya revitalisasi?
4. Pengelola pasar memberikan rasa aman dan nyaman kepada pedagang pasar?

B. Wawancara Sosial Ekonomi Kepada Pedagang

1. Apakah setelah dilakukannya revitalisasi pasar berdampak pada sosial ekonomi pedagang?
2. Apakah ada perubahan pendapatan setelah terjadinya revitalisasi pasar?
3. Apakah jam kerja mempengaruhi pendapatan pedagang?
4. Adakah anda menggunakan tenaga kerja pada usaha anda?

C. Wawancara Pembeli

1. Apa alasan anda memilih berbelanja di Pasar Seutui Banda Aceh?
2. Bagaimana pendapat anda terhadap perubahan pembangunan pasar Seutui?
3. Apa yang membuat anda merasa kurang nyaman berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar Seutui ini?
4. Bagaimanakah keadaan kebersihan fasilitas di pasar Seutui Banda Aceh?
5. Apa pasar Seutui sekarang sesuai harapan?

Lampiran 2

Data Informan

Data Informan

No.	Jenis Pedagang	Umur	Alamat	Lama Berjualan	Jenis Pedagang
1.	Sabri	45 tahun	Peuniti	25 tahun	Pedagang daging
2.	Junaidi	31 tahun	Batoh	18 tahun	Pedagang ikan
3.	Darwati	48 tahun	Lampeneurut, Aceh Besar	18 tahun	Pedagang sayur
4.	Ikram	40 tahun	Seutui	12 tahun	Pedagang ayam
5.	Bakhtiar	38 tahun	Seutui	16 tahun	Pedagang kelontong

Sumber: data penelitian 2022

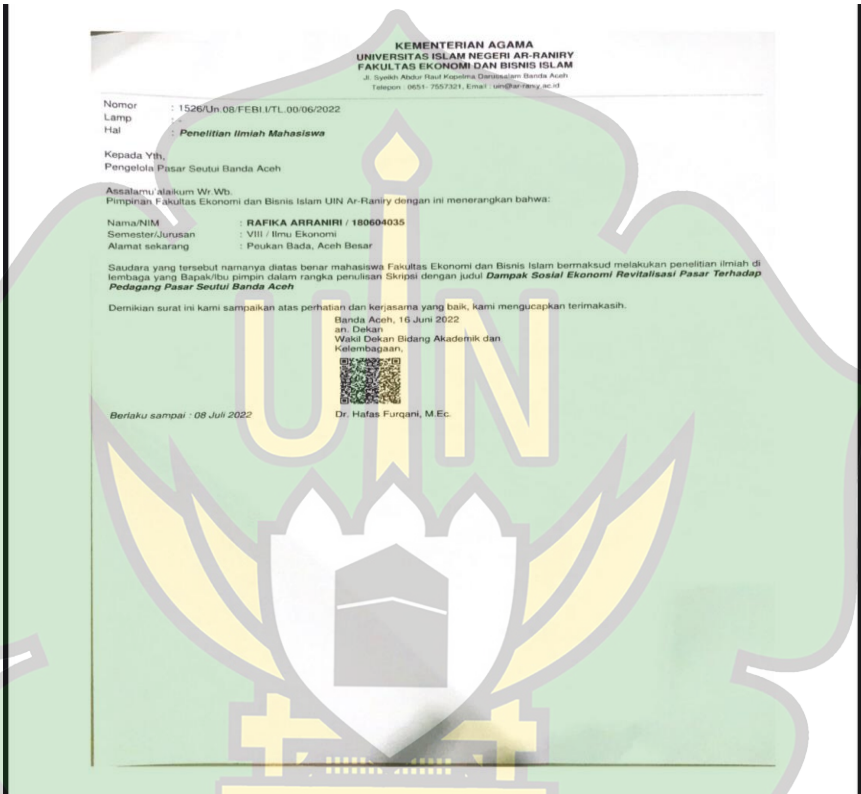
Informan Pendukung

No.	Nama	Umur	Keterangan
1.	Bang Jek	50 tahun	Pengelola pasar
2.	Toni	38 tahun	Bendahara pasar
3.	Nurul	53 tahun	Pengunjung
4.	Zulaikha	40 tahun	Pengunjung
5.	Siti	40 tahun	Pengunjung

Sumber: data penelitian 2022

Lampiran 3

Surat Keterangan Penelitian



Lampiran 4

Dokumentasi Penelitian



Wawancara dengan Bang Jek selaku pengelola pasar



Wawancara dengan Pak Bakhtiar selaku pedagang sembako



Wawancara dengan Bang Sabri selaku pedagang daging



Wawancara dengan Ibu Nurul selaku pengunjung



Tata kelola sesuai jenis dagangan (jenis pedagang daging)



Tata kelola sesuai jenis dagangan (jenis pedagang ikan)



Tata kelola sesuai jenis dagangan (jenis pedagang ayam)



Tata kelola sesuai jenis dagangan (jenis pedagang bumbu)

A R - R A N I R Y



Fasilitas toilet yang kurang bersih



Fasilitas mushala



Pintu masuk pasar Seutui Banda Aceh



Lahan parkir di depan

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y



Wawancara dengan Bang Junaidi selaku pedagang ika



Tampilan luar pintu masuk, tersedia kendaraan umum seperti becak dan transkoetaradja



Fasilitas lahan parkir belakang pasar

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Lampiran 5

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : RafikaArraniri
NIM : 180604035
Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh/ 24 Agustus 2000
Status : Mahasiswi
Alamat : Komplek Bosnila Jl. Beurami 2
No.67 Peukan Bada
No. Hp : 082185115037
Email : 180604035@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 28 Banda Aceh
2. SMP : SMP Negeri 11 Banda Aceh
3. SMA : SMA Negeri 6 Banda Aceh
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Ramlan T
Pekerjaan : Pensiunan TNI AD
Ibu : Misniar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Komplek Bosnila Jl. Beurami 2
No.67 Peukan Bada