

**DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP
PENDAPATAN PARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
(Studi Kasus pada Pedagang Ritel Pasar Kliwon dan Ritel Modern
di Wilayah Kudus)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S.1) dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh:

MUHAMMAD ZAKI SHOWABI

NIM : 1905026117

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdra. Muhammad Zaki Showabi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Zaki Showabi

NIM : 1905026117

Jurusan : S1 Ekonomi Islam

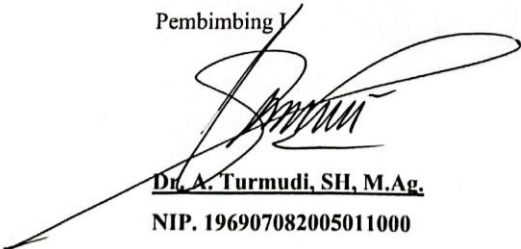
Judul Skripsi : “Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang Ritel Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pedagang Ritel Pasar Kliwon dan Ritel Modern di Wilayah Kudus)”

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 04 April 2023

Pembimbing I


Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag.

NIP. 196907082005011000

Pembimbing II


Riska Wijayanti, M.H.

NIP. 199304082019032000

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Muhammad Zaki Showabi
NIM : 1905026117
Jurusan : S1 Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP
PENDAPATAN PARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus pada Pedagang Ritel
Pasar Kliwon dan Ritel Modern di Wilayah Kudus)**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude pada tanggal: 17 April 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 17 April 2023

Ketua Sidang,

Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.
NIP. 195902151985031005

Penguji Utama I,

Muyassarah, M.Si.
NIP. 197104292016012901

Pembimbing I,

Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Sekretaris Sidang,

Riska Wjjayanti, M.II.
NIP. 199304082019032019

Penguji II,



Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag.
NIP. 197004101995031001

Pembimbing II,

Riska Wjjayanti, M.II.
NIP. 199304082019032019

MOTTO

“Dengan persaingan, setiap orang harus berusaha lebih keras”

Harold H. Greene

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW., yang semoga nantinya memberikan syafaat kepada seluruh umat-Nya di yaumul akhir. Dengan penuh rasa syukur, maka skripsi ini akan penulis persembahkan kepada kedua orang tua, Bapak Jubaedi Budiman, Ibu Karmilah, yang senantiasa memberikan motivasi dan berjuang demi masa depan saya sehingga saya bisa mencapai sampai titik ini. Ungkapan terimakasih yang tidak akan pernah cukup saya berikan kepada bapak, ibu, adik dan teman-teman yang telah mendoakan setiap langkah saya. Semoga Allah selalu memberikan kasih sayang-Nya dan melimpahkan rezeki serta kesehatan. Aamiin.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Para Pedagang Ritel Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pedagang Ritel Pasar Kliwon dan Ritel Modern di Wilayah Kudus)*" tidak berisi teori yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali beberapa informasi yang terdapat dalam referensi yang digunakan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 04 April 2023

Deklarator



Muhammad Zaki Showabi

NIM. 1905026117

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi kata – kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	tsa'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wawu	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Lengkap

النَّاس	Ditulis	Annasi
عَدَّة	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمه	Ditulis	Himah
بركه	Ditulis	Berkah
هديه	Ditulis	Hidayah

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ُ	Dhammah	Ditulis	<i>U</i>
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
أَجَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Ajira</i>
سَكُرُ	Dhammah	Ditulis	<i>sakuru</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + Alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Karīm</i>

كْرِيْم		
3. Dhammah + wawu mati يَعْلَمُوْنَ	Ditulis	<i>ya'lamūn</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati بَيَّعَ	Ditulis	<i>Baia</i>
2. Fathah + wawu mati فَوْقَ	Ditulis	<i>Fauqo</i>

ABSTRAK

Industri ritel di Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu. Industri ritel semata timbul karna perubahan pendapatan masyarakat yang mempengaruhi kebutuhannya. Dampak keberadaan pasar modern di Indonesia yang berkembang sangat pesat dirasakan oleh para pedagang ritel tradisional dimana berdampak pada pendapatan usaha ritel tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus.

Adapun jenis penelitian ini menggunakan *Field Research* (Penelitian Lapangan) dan bersifat *Deskriptif Kualitatif*. Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Perubahan jumlah kuantitas pembeli mmenunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi pedagang ritel tradisional, serta diketahui mengalami penurunan pendapatan sejak hadirnya pasar modern. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang ritel tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

Kata Kunci: *pasar modern; pendapatan; ritel tradisional.*

ABSTRACT

The retail industry in Indonesia is growing from time to time. The retail industry only arises because of changes in people's incomes that affect their needs. The impact of the existence of a modern market in Indonesia which is growing very rapidly is felt by traditional retail traders which has an impact on the income of traditional retail businesses. This study aims to determine the impact of the existence of modern markets on the income of traditional retail traders in Kliwon Market, Kudus Regency.

This type of research uses Field Research and is descriptive qualitative. The data sources used in this research are primary and secondary data sources. As for data collection techniques in this study by collecting data through observation, interviews, and documentation.

Changes in the number of buyers indicate unfavorable conditions for traditional retailers, and are known to have experienced a decrease in income since the presence of the modern market. Based on the results of research conducted at the Kliwon Market in Kudus Regency, it can be concluded that the income earned by traditional retail traders has decreased due to the existence of modern markets.

Keywords: *modern market; income; traditional retail.*

KATA PENGANTAR

Bismillahir Rahmanir Rahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul **DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP PENDAPATAN PARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus pada Pedagang Ritel Pasar Kliwon dan Ritel Modern di Wilayah Kudus)**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Ilmu Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujadid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag. selaku pembimbing I dan Ibu Riska Wijayanti, MH. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan arahan untuk memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staf Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Segenap karyawan beserta staf Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang yang telah meminjamkan buku-buku yang diperlukan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Bapak/Ibu kandung, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moral maupun materiil dalam penyusunan Skripsi ini.

8. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku dosen wali yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama perkuliahan berlangsung.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang ikut membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan dalam arti sebenarnya. Karena itu, kritik konstruktif dari siapapun diharapkan menjadi semacam suara yang dapat menyapa tulisan ini sebagai bahan pertimbangan dalam proses kreatif berikutnya. Namun demikian, sekecil apa pun makna yang terjelma dalam tulisan ini diharapkan ada manfaatnya.

Semarang, 04 April 2023

Penulis

Muhammad Zaki Showabi

NIM. 1905026117

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam	13
1. Konsep Pasar yang Islami	13
2. Peranan Pasar dalam Perekonomian Islam	15
3. Peran Pemerintah dalam Pasar	16
4. Pasar Pada Masa Rasulullah	18
B. Pendapatan	20
1. Pengertian Pendapatan	20
2. Jenis-jenis Pendapatan	21
3. Sumber Pendapatan.....	21
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan.....	22

5.	Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	24
C.	Pasar.....	25
1.	Pengertian Pasar.....	25
2.	Fungsi Pasar.....	26
3.	Jenis-jenis Pasar.....	27
D.	Pasar Modern.....	30
1.	Pengertian Pasar Modern.....	30
2.	Jenis-jenis Pasar Modern.....	31
3.	Kelebihan dan Kekurangan Pasar Modern.....	32
4.	Keberadaan Pasar Modern di Masyarakat.....	34
E.	Pasar Tradisional.....	35
1.	Pengertian Pasar Tradisional.....	35
2.	Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tradisional.....	37
3.	Keberadaan Pasar Tradisional di Masyarakat.....	37
F.	Penjual Eceran (Peritel).....	39
1.	Pengertian Penjual Eceran.....	39
2.	Pembagian Ritel.....	39
3.	Fungsi dan Tujuan Peritel.....	41
4.	Jenis-jenis Pengecer.....	42
5.	Perbedaan Ritel Modern dan Ritel Tradisional.....	44
G.	Penelitian Terdahulu.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
A.	Jenis Penelitian.....	51
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
C.	Subjek Penelitian.....	52
D.	Sumber Data.....	54
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
F.	Teknik Analisa Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
A.	Hasil Penelitian / Deskripsi Data.....	61
1.	Gambaran tentang Kabupaten Kudus.....	61
2.	Data Pasar Modern di Kabupaten Kudus.....	67
3.	Data Pasar Tradisional di Kabupaten Kudus.....	73
4.	Sejarah Perkembangan Pasar Kliwon Kabupaten Kudus.....	75

B.	Pembahasan dan Analisis.....	78
1.	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Ritel Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	78
2.	Perubahan Pendapatan Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Modern	88
3.	Dampak Perubahan Jumlah Pembeli Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Modern	93
BAB V PENUTUP		97
A.	Kesimpulan	97
B.	Saran-Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pasar Menurut Kecamatan dan Jenis Pasar	8
Tabel 2. 1 Pembagian Ritel Modern dan Ritel Tradisional.....	44
Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian	53
Tabel 3. 2 Karakteristik Informan	53
Tabel 4. 1 PDRB Kabupaten Kudus Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku (Juta Rp).....	66
Tabel 4. 2 Data Potensi Investasi Sektor Perdagangan (Pasar Modern dan Swalayan) Kabupaten Kudus	68
Tabel 4. 3 Data Toko Minimarket Di Kabupaten Kudus	69
Tabel 4. 4 Data Pasar Tradisional Kabupaten Kudus	73
Tabel 4. 5 Perubahan Pendapatan Perbulan Pedagang Ritel Pasar Kliwon	88
Tabel 4. 6 Perubahan Jumlah Pembeli Pedagang Ritel di Pasar Kliwon	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Kudus	62
Gambar 4. 2 Google Maps Pasar Kliwon	75
Gambar 4. 3 Denah pasar Kliwon	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	105
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	107
Lampiran 3 Biodata Informan	110
Lampiran 4 Dokumentasi	114

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri ritel di Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu. Industri ritel semata timbul karna perubahan pendapatan masyarakat yang mempengaruhi kebutuhannya. Kebutuhan masyarakat juga berbeda-beda sesuai dengan pendapatan yang diterima. Tentu saja, orang dengan pendapatan lebih tinggi ingin membeli produk yang mahal, membelanjakan uang dan membeli produk di tempat yang bersih, sempurna, teratur, nyaman dan tidak ramai. Penggunaan pasar modern saat ini tidak hanya menyasar kelompok masyarakat berpenghasilan menengah ke atas, masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah juga menjadi fokus sasaran bagi pasar modern. Dulu hanya ditemukan di kota-kota besar atau pusat kota, pasar modern kini telah merambah ke kota-kota kecil, kabupaten, bahkan desa-desa terpencil.

Keberadaan pasar modern, segala kelebihan dan keuntungan mempengaruhi pasar tradisional. Perkembangan pasar menyebar bersamaan dengan perkembangan perekonomian negara. Pembagian pasar saat ini terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Akan tetapi pasar tradisional di Indonesia saat ini kurang berkembang dibandingkan dengan pasar modern yang perkembangannya jauh lebih pesat. Pesatnya perkembangan pasar-pasar modern memiliki dampak terhadap keberadaan pasar tradisional dan pedagang ritel di sekitarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh AC Neilson, menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31, 4%. Bersamaan dengan itu, pertumbuhan pasar tradisional menurun sebesar 8%. Apabila hal ini terus menerus terjadi, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pasar tradisional akan punah¹. Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah ada sejak manusia itu lahir, Islam adalah agama yang mengatur seluruh kehidupan yang berhubungan

¹ Endi Sarwoko, *Jurnal Ekonomi Modernisasi* : Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang, Volume 4, Nomor 2/ Juni 2008, 98.

dengan manusia. Salah satu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya.

Pasar sekarang ini telah menjadi satu kesatuan dan menjadi sektor yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, pasar bagi masyarakat bukan hanya sekedar menjadi tempat penjual dan pembeli bertemu, tetapi juga menjadi sarana interaksi sosial. Pasar akan terus meningkat dan berkembang tergantung pada campur tangan pemerintah serta tingkat permintaan dan penawaran, untuk saling bersaing mempertahankan keberadaannya dengan pasar lain.

Retail dalam perekonomian lebih akrab disebut dengan perdagangan eceran. Bisnis Retail di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini, dengan berbagai format dan jenisnya. Hal ini diakibatkan oleh adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bisnis retail melalui peraturan pemerintah dan undang-undang.² Retail atau bisa juga disebut ritel adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Bauran eceran meliputi semua tindakan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya itu sendiri dan semua tindakan yang mungkin dilakukan oleh perusahaan itu dapat disimpulkan sebagai satu kelompok variabel yang diantaranya adalah produk, lokasi, harga, dan promosi.³

Retail juga bisa diartikan satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri. Ritel modern pertama kali hadir di Indonesia saat Toserba Sarinah didirikan pada 1962. Pada era 1970 sampai dengan 1980-an, format bisnis ini terus berkembang. Awal decade 1990-an merupakan tonggak sejarah masuknya rite

² Christina Whidya Utami, "Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Modern di Indonesia", Salemba Empat: Jakarta, Edisi 2, 2010, hal. 24

³ Utomo, T.J. *Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran*. Fokus Ekonomi, 2009.

lasing di Indonesia. Ditandai dengan beroprasinya ritel terbesar Jepang ‘Sogo’ di Indonesia. Ritel Modern kemudian berkembang begitu pesat saat pemerintah, berdasarkan Keppres No. 99 tahun 1998, mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing. Sebelum Keppres No. 99 tahun 1998 diterbitkan, jumlah peritel asing di Indonesia sangat dibatasi.⁴

Selain Pasar Modern dan Pasar Tradisional, ada juga istilah Ritel Modern dan Ritel Tradisional, adapun contoh dari Ritel Modern adalah Alfamart, Indomaret dan juga Minimarket lain yang menyerupainya, contoh dari Ritel Tradisional adalah toko kelontong, warung tradisional dan juga toko-toko kecil yang membuka usaha di depan rumahnya maupun di pasar tradisional. Barang yang dijual di Ritel Modern maupun di Ritel Tradisional tidaklah berbeda, mulai dari kebutuhan rumah tangga harian, makanan ringan dan minuman.⁵ Kenyataannya, masyarakat yang lebih memilih berbelanja di Ritel Modern daripada di Ritel Tradisional, dengan berbagai pertimbangan, seperti kenyamanan, kebersihan dan kualitas barang yang terdapat di Ritel Modern. Ritel di Indonesia jenisnya sangat banyak meliputi Pasar Modern, Pasar Swalayan, Department Store, Boutique, Factory Outlet, Specialty Store, Trade Centre, dan Mall. Format-format ritel modern ini akan terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat. Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan supermarket di kota-kota lebih kecil dalam rangka mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga. Akibatnya, bila supermarket Indonesia hanya melayani masyarakat kelas menengah ke atas, penjamuran supermarket hingga ke kota-kota kecil dan adanya praktek pemangsaan melalui strategi pemangkasan harga memungkinkan konsumen kelas menengah-bawah untuk mengakses supermarket.

Pasar tradisional adalah tempat dimana penjual dan pembeli saling bertemu yang ditandai dengan adanya transaksi langsung antara penjual dan pembeli serta adanya proses negosiasi. Penjual ritel tradisional biasanya

⁴ *Peta Persaingan Bisnis Ritel di Indonesia*, Jakarta: Media Data, 2009, hal. 63.

⁵ Ronald Sihotang, Syaad Afifudin dan Rahmanta. *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Retail Tradisional dan Masyarakat dalam Pengembangan Wilayah di Kecamatan Medan Area*, dalam Jurnal Ekonom, No. 4, Vol.17, Oktober 2014, hal.182.

menempati bangunan biasa seperti ruko, warung, buti, kios dan toko kecil yang dibuka oleh pengelola pasar atau pedagang itu sendiri, kebanyakan ditandai dengan tempat yang tidak nyaman, berbau tidak sedap, becek, dan kumuh. Ritel tradisional kebanyakan menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti menjual sembako, ikan, buah-buahan, elektronik, pakaian, dan menyediakan jasa.

Pasar tradisional memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Mayoritas penduduk Indonesia terdiri rakyat biasa dengan pendapatan menengah ke bawah. Keberadaan pasar tradisional sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, melihat tingkat pendapatan masyarakat masih relatif rendah. Keberadaan pasar tradisional juga menjadi tempat yang masih dibutuhkan bagi pedagang untuk menjual barang dagangannya. Keberadaan pasar tradisional harus dipertahankan dengan berbagai cara, agar pasar tradisional bisa bertahan dan bersaing dengan pasar modern.

Pasar modern merupakan pasar dimana pembeli tidak melakukan transaksi secara langsung, tetapi pembeli melihat label harga pada barang, tidak ada tawar-menawar, terdiri dari bangunan yang sangat baik dan tahan lama, fasilitas yang memadai, nyaman, aman, banyak diskon tersedia, dan dilayani oleh pelayan toko atau pelayanan dilakukan secara mandiri. Kebanyakan pasar moder berada di wilayah perkotaan yang padat penduduk, barang dan jasa yang ditawarkan berkualitas tinggi dan melayani konsumen (biasanya masyarakat dengan tingkat pendapatan menengah ke atas). Supermarket, alfamart, indomart, dan minimarket adalah contoh dari pasar modern yang ada di Indonesia.

Keberadaan pasar modern menimbulkan persepsi yang berbeda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah ke atas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya.

Keberadaan pasar modern menimbulkan persaingan dengan pedagang di pasar tradisional. Bentuk barang yang ditawarkan sama, dengan harga yang

tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional memaksa pedagang pasar tradisional bersaing dengan pasar modern dengan harga lebih murah. Hal ini secara tidak langsung membuat pasar tradisional harus bersaing ketat dengan pasar modern yang menawarkan barang dan harga yang sama, tetapi tetap menjamin kualitas barang dan pelayanan.

Pasar modern banyak dikunjungi dan banyak peminat karena pemasaran dan periklanan yang dilakukan pasar modern lebih baik dari pasar tradisional, dikarenakan pasar modern memiliki keunggulan teknologi dan sumber daya. Berbagai strategi diterapkan baik itu pemasaran produk, harga, lokasi, promosi penjualan, pelayanan ramah, potongan harga, dan reward. Produk pasar modern dan pasar tradisional tidak jauh berbeda, namun pasar modern diunggulkan dengan memiliki banyak ragam produk, produk yang di jual tertata dengan rapi, konsumen diberi kemudahan dalam mencari informasi barang-barang yang akan dibeli. Produk pasar modern lebih terjamin kualitasnya daripada produk pasar tradisional, karena itu bagian dalam menjaga citra merek produk yang dijual. Konsumen benar-benar terpicat dan dimanjakan dengan segala hal yang berbau kenyamanan dalam berbelanja.

Pasar modern biasanya menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari pasar tradisional. Alasan konsumen tetap berbelanja di pasar modern meskipun harga barang yang dijual jauh lebih tinggi karena pasar modern menawarkan harga yang relatif lebih menarik, dengan memberi diskon dan memberikan penawaran inovatif menarik. Dari aspek lokasi, pasar modern seringkali memilih lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan dapat terlihat oleh masyarakat. Area perbelanjaan pasar modern menawarkan kondisi yang maksimal bagi konsumen, serta dibangun dengan kondisi yang baik, bersih dan layanan pendukung untuk berbelanja sangat lengkap, seperti: troli, tas Belanja, AC, tempat parkir luas, dll.

Keberadaan pasar modern akan berpengaruh terhadap pola perubahan berbelanja masyarakat. Masyarakat banyak yang memilih untuk berbelanja di pasar modern dengan berbagai alasan. Misalnya, di satu sisi pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba ada seperti arena bermain untuk anak-anak, Air Conditioner (AC), dan aja juga yang dilengkapi

dengan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Kemudahan, kenyamanan, tersedianya berbagai fasilitas, dan perbedaan harga menjadi alasan bagi masyarakat untuk memilih berbelanja di pasar modern. Selain itu, pengelolaan yang tidak profesional menjadi masalah yang masih dihadapi para ritel tradisional. Kurangnya pengunjung dan peminat untuk membeli barang di ritel tradisional disebabkan lokasi yang panas, kumuh, kebersihan tidak terjaga, kualitas barang yang rendah, banyak pengemis, dan banyak kriminalitas.

Kebijakan dan peraturan pemerintah tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang pedoman pengembangan, penataan, dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko swalayan. Mengatur mengenai lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota. Penetapan zonasi lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan dilaksanakan dengan mempertimbangkan: kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat, pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah pasar rakyat dengan pusat perbelanjaan dan toko swalayan, jarak antara pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar rakyat atau toko eceran tradisional.⁶

Sebagaimana penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurlinda, dkk, yang berjudul *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan)*. Diketahui bahwa keberadaan pasar modern di sebelah Pasar Sentral Pangkep berdampak pada pendapatan pedagang pasar di sana. Keberadaan pasar modern dapat menurunkan keuntungan bagi pedagang pasar tradisional, terutama yang menjual barang seperti, tas, pakaian, serta sepatu dan sandal. Akibat penurunan pelanggan pasar tradisional yang menyukai pasar modern dengan infrastruktur dan fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan pelanggan. Agar

⁶ *Indonesia Regulation Database*, <https://www.regulasip.id/book/17941/read> (Diakses pada 21 Desember 2022, pukul 06:03)

pasar tradisional dapat terus berfungsi, pedagang harus menggunakan berbagai teknik untuk menarik minat pelanggan untuk membeli.⁷

Penelitian lainnya dilakukan oleh Rusham yang berjudul *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi*. Kehadiran pasar modern dengan *market power* yang sangat besar, berbasis kapital, mampu menggerus setiap lawan termasuk pasar tradisional. Melihat posisi Carefour saat ini, berbagai strategi bisnis yang dikembangkan untuk menopang *brand image* sebagai ritel penyedia barang dengan harga termurah di Indonesia. Harus diakui bahwa Carefour telah berkembang menjadi *trend setter* bisnis ritel Indonesia. Pedagang pasar yang mempunyai modal kecil dan mikro tidak bisa mengakses lapak atau kios yang sangat mahal. Konsep perlindungan dari pemerintah seakan-akan memberikan kelonggaran bagi pasar modern dalam hal penerbitan izin. Artinya terdapat kepentingan yang saling beriringan antara pemerintah Kabupaten Bekasi dan pengusaha pasar modern. Pemerintah ingin menjadikan Kabupaten Bekasi sebagai kota dunia, dengan memunculkan berbagai symbol modernitas, salah satunya pengembangan pasar modern. Pemerintah Kabupaten Bekasi ingin merealisasikan target pemasukan bagi PAD Kabupaten Bekasi setiap tahun lewat perizinan melalui sector perdagangan. Kedua kepentingan ini sangat sejalan dengan kepentingan dari pengusaha pasar modern yang menginginkan ekspansi yang luas terhadap gerai-gerai pasar modern.⁸

Dalam pandangan Islam, bahwa persaingan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis seperti melakukan usaha yang membuat usaha dari pesaingnya hancur, maka itu termasuk melanggar prinsip syariah Islam dan tidak diperbolehkan serta sangat dilarang. Kecuali persaingan yang dilakukan dalam suatu kebaikan, seperti bersaing dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya, sehingga antar sesama pelaku bisnis jadi bersemangat untuk lebih

⁷ Nurlinda, dkk. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan)*. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies. Vol. 3. 2022.

⁸ Rusham. *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi*, Jurnal Ilmiah Ekonomi manajemen Dan Kewirausahaan Optimal, 2016.

meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, maka itu diperbolehkan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah (2) ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيْعًا ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Artinya : Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Baqarah : 148)

Kudus merupakan wilayah terkecil dibandingkan kota lain di provinsi Jawa Tengah. Hal itu dibuktikan dengan jumlah populasi yang berjumlah 852.443 jiwa (2022), memiliki luas 425,15 km². Tingkat kepadatan penduduk 2.005 jiwa/km². Namun, hal tersebut tidak menghalangi peritel modern untuk menembus pangsa pasar peritel tradisional. Seperti yang kita ketahui, sekarang banyak sekali minimarket yang didirikan di wilayah Kudus. Selain itu, beberapa supermarket didirikan di pusat kota. Supermarket memiliki berbagai macam produk keperluan rumah tangga, dan masih banyak produk lainnya yang kualitasnya tidak berbeda jauh dengan produk yang dijual di pasar tradisional. Selain itu, sekarang ini banyak minimarket, alfamart, indomart yang semakin bertambah di beberapa lokasi strategis di wilayah Kudus.

Adapun jumlah pasar menurut kecamatan dan jenis pasar di wilayah Kudus, tahun 2020 pasar modern berjumlah 55 gerai sedang kan pasar tradisional yang terdiri dari pasar daerah dan pasar desa berjumlah 23 pasar, untuk lebih lengkapnya sebagai berikut:⁹

Tabel 1.1
Jumlah Pasar Menurut Kecamatan dan Jenis Pasar
di Wilayah Kudus, 2020

Kecamatan	Pasar Modern	Pasar Daerah	Pasar Desa
Kaliwungu	7	0	4
Kota	16	5	1
Bae	5	1	0
Jati	8	0	3

⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 18 April 2023.

Gebog	3	0	3
Dawe	2	0	2
Undaan	2	0	2
Jekulo	7	0	1
Mejobo	5	0	1
Jumlah/Total	55	6	17

Pemerintah daerah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kudus Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan di Kabupaten Kudus. Mengatur tentang batasan luas lantai penjualan toko swalayan yaitu 400 m² sampai dengan 5.000 m², lokasi untuk pendirian toko swalayan wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten dan rencana detail tata ruang kabupaten, termasuk peraturan zonasi. Pendirian toko swalayan wajib memperhatikan kepadatan penduduk, perkembangan permukiman baru, aksesibilitas wilayah, dukungan atau ketersediaan infrastruktur, dan keberadaan usaha warung dan toko eceran biasa di sekitarnya yang lebih kecil daripada toko swalayan tersebut.¹⁰

Keberadaan supermarket dan mini market yang marak di wilayah Kudus tentu saja sedikit banyak mempengaruhi ritel tradisional. Pengaruh adanya pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional mungkin belum terlihat jelas karena ada beberapa penyebab lain yang menyebabkan pasar tradisional mengalami penurunan kinerja. Misalnya kondisi pasar yang kurang nyaman, barang yang tersedia tidak lengkap dan bervariasi, kualitas barang yang kurang terjamin dan alasan lainnya.

Berbagai kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan ritel modern banyak diiklankan oleh berbagai macam media, diimbangi kemajuan teknologi yang pesat dari waktu ke waktu, berdampak buruk terhadap keberadaan pasar tradisional. Situasi seperti ini bukan berarti tidak ada masalah. Maraknya pusat

¹⁰ JDIH BPK RI, *Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Kudus Nomor 12 Tahun 2017*, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/75557/perda-kab-kudus-no-12-tahun-2017>, (Diakses pada 21 Desember 2022 14:35)

perbelanjaan modern di wilayah Kudus semakin lama bisa menggeser perputaran ekonomi dalam transaksi jual beli yang ada di pasar tradisional. Dampaknya akan berbeda-beda terhadap pasar tradisional dalam jangka waktu yang panjang.

Melihat uraian yang berkaitan dengan hal di atas, maka dalam hal ini penulis mengambil judul **DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP PENDAPATAN PARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus pada Pedagang Ritel Pasar Kliwon dan Ritel Modern di Wilayah Kudus).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan beberapa pertanyaan untuk pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan ritel tradisional dalam perspektif ekonomi islam?
2. Berapa pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern?
3. Apakah ada perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah pasar modern ada?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa uraian rumusan masalah, maka tujuan penulisan skripsi ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan ritel tradisional dalam perspektif ekonomi islam.
2. Mengetahui dampak pendapatan ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern.
3. Mengetahui perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah pasar modern.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah ilmu dalam dunia ekonomi mengenai keberadaan pasar tradisional di era globalisasi saat ini.

a. Untuk Ilmu Pengetahuan

Menambah pengetahuan literatur dan memberikan dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang keberadaan ritel modern khususnya mengenai dampak keberadaan ritel modern terhadap ritel tradisional.

b. Untuk Toko

Memberikan masukan dan kepedulian pedagang terhadap manajemen toko mengenai dampak kehadiran ritel modern terhadap peritel tradisional baik di pasar tradisional.

c. Untuk Masyarakat

Tujuan penelitian ini adalah memberikan pandangan atau gambaran kepada masyarakat (konsumen) agar mengerti dan memahami situasi yang terjadi antara peritel modern dan peritel tradisional.

2. Manfaat praktis

Dalam pelaksanaannya, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat agar lebih cerdas dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Karena pasar tradisional bisa bertahan jika ada dukungan dari masyarakat dengan membeli kebutuhan atau keperluan di pasar tradisional.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian awal meliputi: halaman judul, nota persetujuan pembimbing, pengesahan motto, abstraksi, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel.
2. Bagian isi, meliputi:
 - Bab I** Berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.
 - Bab II** Kajian pustaka yang meliputi pasar dalam prespektif Islam, konsep pasar yang islami, peran pemerintah dalam pasar, pasar pada masa Rasulullah, pengertian pendapatan, sumber dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, pendapatan dalam perspektif ekonomi islam, pengertian pasar, fungsi dan jenis-jenis pasar, pengertian pasar modern, jenis-jenis pasar modern, kelebihan dan kekurangan pasar modern, keberadaan pasar modern di masyarakat, pengertian pasar tradisional, kelebihan dan kekurangan pasar tradisional, keberadaan pasar tradisional di masyarakat, pengertian ritel, fungsi dan tujuan ritel, jenis-jenis penjual eceran (peritel), perbedaan ritel modern dan ritel tradisional dan, serta penelitian terdahulu.
 - Bab III** Berupa jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek penelitian, sumber dan jenis data, tehnik pengumpulan data, dan tehnik analisis data.
 - Bab IV** Berupa hasil penelitian atau deskripsi data dan pembahasan yang berupa analisis data
 - Bab V** Berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup.
3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pasar dalam islam adalah tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut islam, pasar sangat penting bagi ekonomi global. Pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin, pasar tersebut sudah ada dan menjadi sunatullah. Islam tidak hanya mengatur masalah ibadah saja tetapi islam juga mengatur masalah keuangan dan perekonomian, oleh sebab itu, sangat utama bagi umat islam untuk mencurahkan semua dukungannya untuk kemajuan bisnis dan perdagangan.

Pasar sangat penting dalam islam, dan Nabi menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang setara. Rasulullah juga menentang intervensi pasar ketika harga berubah karena mekanisme pasar yang tidak tepat. Ajaran Islam berusaha menciptakan kondisi pasar berdasarkan nilai – nilai syari’ah. Dengan kata lain konsep pasar ideal adalah pasar persaingan sempurna ditambah nilai-nilai syariah islam. Pasar syariah harus memiliki moral yang meliputi keadilan, transparansi, kejujuran, dan fair play. Nilai – nilai ini penting dalam pasar Islam, yang tidak hanya perlu ditegakkan sebagai kewajiban individu pelaku pasar, tetapi juga membutuhkan intervensi Negara.

1. Konsep Pasar yang Islami

Pada dasarnya konsep pasar islam sesuai dengan apa yang disebut ekonomi konvensional sebagai pasar persaingan sempurna (*perfectly competitive market plus*), persaingan dalam kerangka nilai dan moral islam. Di Indonesia sendiri, pasar umumnya cenderung hanya mengejar keuntungan sebesar-besarnya dan hanya menguntungkan satu pihak saja. Berbeda dengan konsep islam tentang pasar, dimana islam sendiri mengutamakan kepentingan yang luas dalam melakukan kegiatan ekonomi dan dikaitkan dengan penegakan kepentingan dan keadilan yang lebih besar. Selain itu, islam lebih menekankan norma etika dan hukum yang tinggi dimana operator ekonomi melakukan kegiatan mereka. Hukum islam juga merupakan norma universal karena menetapkan norma-norma yang

mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan. Standar tersebut meliputi: keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan fairplay.

Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam, Islam menolak konsep pasar dalam bentuk persaingan bebas tanpa batas sehingga mengabaikan norma dan etika. Aktivitas pasar harus mencerminkan persaingan yang sehat (*fair play*), jujur (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) dan keadilan (*justice*).¹¹ Islam juga menegaskan bahwa pasar harus berada di atas prinsip persaingan sempurna (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibingkai dengan nilai-nilai syari'ah. Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela.

Menurut Al-Ghazali, dalam melakukan perniagaan tidak hanya untuk mencari keuntungan yang besar saja, seperti pada sistem kapitalisme. Keuntungan yang sesungguhnya harus dicari yaitu keuntungan dunia dan akhirat, bukan hanya keuntungan dunia saja.¹²

Prinsip dalam ekonomi islam adalah harus ada keadilan dan keseimbangan. Identitas utama dalam usaha ekonomi adalah islam menganut pola bagi hasil yang dipahami bahwa akan ada bentuk keuntungan dan kerugian yang dinikmati dan ditanggung oleh semua pihak yang terlibat dalam usaha ekonomi tersebut. Konsep ini memberikan gambaran tentang prinsip keseimbangan dan keadilan karena adanya pembagian keuntungan dan kerugian yang dibagi dan ditanggung diantara pelaku ekonomi tersebut secara seimbang dan proporsional. Prinsip keadilan sebagai persyaratan mutlak dalam usaha perdagangan antara sesama umat manusia. Adil berarti seseorang harus diperlakukan sesuai haknya, tanpa ada diskriminasi dan penekanan, tidak hanya kepada sesama umat islam tetapi juga kepada siapa saja walaupun kepada orang-orang yang tidak disukai.¹³

¹¹ Adiwarmar Karim. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007. Hal. 91

¹² Ain Rahm. *Mekanisme Pasar dalam Islam*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4. No 2. 177-192, 2015.

¹³ Jalaluddin Al-Mahalli & Jalaluddin As-Suyuthi. *Tafsil Al-Quran Al-Adzim lil-Imam Al-Jalalain*. Darul Ilmi Surabaya. Hal. 97.

2. Peranan Pasar dalam Perekonomian Islam

Kapitalisme melihat pasar sebagai mekanisme yang dapat menyelesaikan semua masalah ekonomi. Pertanyaan inti ekonomi, apa yang harus diproduksi (*what*), bagaimana cara untuk memproduksi (*how*), dan untuk siapa (*for whom*) barang dan jasa sepenuhnya dijawab oleh pasar. Pasar memainkan peranan penting dalam distribusi barang yang diproduksi oleh produsen. Pasar juga merupakan tempat pembentukan harga, seperti harga keseimbangan pasar. Pasar juga menjadi wahana bagi produsen untuk meluncurkan produknya.

Pentingnya pasar dalam Islam tidak lepas dari fungsinya sebagai tempat kegiatan jual beli. Mengingat jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang “diperbolehkan” tanpa ada unsur penipuan dan pengkhianatan, serta jual beli bisa sah, hanyalah dengan saling merelakan.¹⁴

Islam sangat menghargai posisi pasar sebagai wahana alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi. Ajaran islam menempatkan pasar pada posisi yang proporsional, berbeda dengan pandangan kapitalisme maupun sosialisme yang ekstrim. Pandangan Islam ini secara garis besar adalah:¹⁵

- a. Pasar memiliki kelebihan sekaligus kekurangan. Mekanisme pasar tidak dianggap sebagai sesuatu yang telah sempurna atau baku sehingga tidak perlu ada intervensi dan rekayasa apapun (*taken for granted*). Intervensi seperlunya diperlukan agar mekanisme pasar berjalan sesuai dengan kepentingan perekonomian yang Islami.
- b. Pasar tidak ditempatkan sebagai satu satunya mekanisme distribusi yang utama dalam perekonomian, tetapi hanya merupakan salah satu dari berbagai mekanisme yang diajarkan dalam syariah Islam, karenanya perekonomian yang Islami akan mengkombinasikan pendekatan pasar dengan non pasar.

Mekanisme pasar kapitalisme, pelaku pasar termotivasi oleh nilai-nilai materialis dan kecintaan terhadap sebuah komoditas. Sedangkan dalam system ekonomi Islam, pasar yang ada bersandarkan atas etika dan nilai-

¹⁴ Zainuddin Al-Malibari. *Fathul Mu'in Syarah Qurrotul Ain*. Darul Ilmi Surabaya.

¹⁵ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah KrisisEkonomi Global*, Zikrul Hakim, Jakarta, 2007, hlm. 87.

nilai syariah; baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun imbauan.

3. Peran Pemerintah dalam Pasar

Intervensi pasar merupakan tindakan pemerintah untuk mengatasi ketidakseimbangan yang terjadi di pasar. Peran pemerintah dalam islam untuk mempengaruhi harga (*price intervention*) juga dapat dilakukan dalam kasus penyimpangan (kasus khusus atau persyaratan khusus). Intervensi pemerintah di pasar tidak hanya bersifat sementara dan minor, tetapi peran pemerintah akan jauh lebih penting. Pemerintah tidak hanya bertindak sebagai “hakim” untuk permainan pasar atau al-muthashib saja, tetapi mereka juga berperan aktif atas pelaku pasar lainnya. Pemerintah juga bertindak sebagai perencana, regulator, produsen dan konsumen bagi aktivitas pasar.

Peran pemerintah di pasar ini secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bagian, pertama peran yang terkait dengan praktik islam dan nilai-nilai moral. Kedua, peran teknis yang berkaitan dengan fungsi mekanisme pasar.

Beberapa contoh peran pemerintah yang berkaitan dengan implementasi moralitas Islam adalah sebagai berikut:¹⁶

- a) Memastikan dan menjaga implementasi nilai dan moral Islam secara keseluruhan.
- b) Memastikan dan menjaga agar pasar hanya memperjual- belikan barang dan jasa yang halalan thayyiban. Barang yang haram dan makruh beserta mata rantai produksi, distribusi dan konsumsinya harus dilarang secara tegas. Sejalan dengan anjuran Islam barang dagangan harus suci (halal), bukan barang milik orang lain (curian), barang yang dijual harus memiliki manfaat, dan tidak boleh barang haram (najis).¹⁷
- c) Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Pemerintah juga harus menjadi al-muhtasib yang memiliki wewenang luas dalam mencegah dan menyelesaikan

¹⁶ M. Arif Hakim. *Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus, 2015.

¹⁷ Muhammad bin Qasim Al-Ghazi. *Fathul Qorib Al-Mujib Fi Syahril Al-Fadzi At-Taqrif*, Darul Ilmi Surabaya.

kasus-kasus pelanggaran nilai-nilai ini. Pada masa Rasulullah SAW beliau terjun sendiri ke pasar untuk menjalankan fungsi al-muhtasib ini.

- d) Menjaga agar pasar hanya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan prioritas kebutuhan sebagaimana diajarkan dalam syariah Islam dan kepentingan perekonomian nasional. Barang dan jasa untuk kemewahan dan bersenang-senang akan sangat dibatasi bahkan dilarang seandainya terdapat kebutuhan mendesak terhadap barang-barang primer. Pemerintah harus merumuskan rencana pasar berdasarkan prioritas kebutuhan dan secara langsung mendorong pelaku pasar untuk merealisasikan rencana tersebut. Pemerintah juga dapat berperan aktif sebagai pelaku pasar (produsen) untuk memenuhi permintaan sesuai dengan prioritas syariah dan kepentingan nasional.

Disisi lain, peran pemerintah khususnya dalam mekanisme pasar, adalah:

- a) Secara umum, memastikan dan mempertahankan bahwa mekanisme pasar sepenuhnya kompetitif. Negara harus menjamin kebebasan masuk dan keluar dari pasar, memberikan informasi, menghilangkan berbagai hambatan persaingan seperti monopoli, dan melarang kartel berbahaya.
- b) Berbagai langkah telah diambil untuk meningkatkan daya saing dan daya beli pelaku pasar yang lebih lemah, seperti produsen kecil dan konsumen menengah kebawah Membuat skenario kerja sama yang berbeda antara pelaku pasar, misalnya antara produsen besar dan kecil, untuk meningkatkan efisiensi dan keadilan.
- c) Ada cara lain untuk menciptakan harga yang adil, terutama bila persaingan sempurna di pasar tidak memungkinkan. Monopoli tidak selalu berdampak negative bagi masyarakat jika harga yang dibayarkan adil

Untuk memenuhi peran ini, pemerintah memiliki beberapa alat kebijakan. Kebijakan yang pemerintah lakukan adalah:

- a) Produksi dan pengelolaan sumber daya manusia di sektor publik. Pemerintah dapat memainkan peran yang efektif dalam mengelola kekayaan publik. Pengaturan produksi dan lapangan kerja di sektor ini dapat berdampak signifikan terhadap perekonomian secara keseluruhan.
- b) Instrumen yang terkait dengan promosi aktivitas sektor swasta, misalnya regulasi sektor swasta, redistribusi faktor produksi, al-Hisbah, perlindungan kelompok rentan.
- c) Kebijakan harga dimana negara mengatur harga melalui kebijakan intervensi pasar, penetapan harga, atau diskriminasi harga oleh kelompok masyarakat.
- d) Bidang atau sektor tertentu yang dianggap menjadi kepentingan umum. Kebijakan penetapan harga ini harus diikuti meskipun pasar tidak sepenuhnya bersaing, sehingga harga yang dihasilkan tidak merugikan masyarakat.
- e) Kebijakan fiskal, pengelolaan administrasi anggaran negara menurut prinsip keuangan publik Islam.
- f) Kebijakan fiskal dan moneter.
- g) Investasi aset dan surplus sektor publik.

4. Pasar Pada Masa Rasulullah

Pasca pembangunan Masjid Nabawi, pasar islam pertama yang didirikan oleh Nabi Muhammad SAW, dan para sahabat nabi adalah Pasar SuqurAnshar di Madinah dekat Masjid Nabawi. Pada masa Khulafaurrasyidin, pembangunan masjid selalu dibarengi dengan pembangunan pasar, hal ini menunjukkan pentingnya pasar dalam Islam. Pasar waktu Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin dibangun dan diatur 100% menurut syariat Islam. Setiap orang bebas memasuki pasar tanpa pajak, hambatan, sewa, atau pembayaran lainnya. Mekanisme pasar syariah adalah mekanisme pasar bebas dimana pemerintah tidak ikut campur dalam penentuan harga pasar, melainkan pemerintah bertindak sebagai pengatur pasar (*al-muhtasib*) untuk memastikan tidak terjadi gangguan pada pasar. Struktur pasar Islam adalah Pasar Persaingan Sempurna (PPS) dimana harga

ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Menurut Syariat Islam, PPS yang dilakukan secara adil dan merata akan mengantarkan umat Islam pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin menuju masyarakat yang maju, makmur dan bahagia lahir batin. Struktur dan mekanisme pasar syariah cocok dipraktikkan oleh pemerintah dan muslim modern untuk mengembalikan masyarakat Islam ke masyarakat maju.

Nabi Muhammad tidak merekomendasikan campur tangan negara atau individu dalam proses penetapan harga. Nabi Muhammad tidak hanya menolak untuk mengambil tindakan langsung, tetapi dia juga melarang semua perjanjian yang dapat menyebabkan kurangnya konsumen. Dengan demikian, Nabi Muhammad SAW menghilangkan pengaruh kekuatan finansial terhadap mekanisme harga.

Pada masa pemerintahan Nabi Muhammad, harga ditentukan oleh mekanisme pasar. Selain larangan intervensi harga, larangan Rasulullah SAW melarang siapapun untuk menaikkan harga secara sewenang-wenang, seperti larangan menukarkan barang yang berkualitas tinggi dan inferior serta mengurangi berat barang dengan harga yang sama.

Pada masa Nabi, pasar memainkan peran penting dalam ekonomi masyarakat Islam dan didasarkan pada nilai-nilai Islam. Hal ini sangat berbeda dengan pasar Indonesia saat ini, di mana nilai-nilai Islam tidak diterapkan meskipun Indonesia memiliki komunitas mayoritas Muslim terbesar di dunia. Yang membedakan pasar di zaman Rasulullah SAW dengan pasar di Indonesia saat ini adalah pajak atau retribusi.

Nabi melarang adanya pajak, fee atau pungutan di pasar agar tidak membebani pedagang dan menambah kekayaan baik pedagang tersebut maupun masyarakat luas. Pada saat yang sama, pasar Indonesia saat ini memiliki banyak pajak dan pungutan yang dikenakan kepada pedagang dan pedagang memungut konsumen seperti PPN, bahkan pungutan liar yang dikenakan oleh pelaku informal seperti preman, pajak masyarakat desa dan sejenisnya.

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹⁸ Kebutuhan dan keinginan tidak terbatas jumlahnya, hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi dengan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatarbelakangi oleh tingkat pendidikan, skill dan pengalaman dalam bekerja. Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dengan pendapatan yang diterimanya.¹⁹

Laba adalah pertambahan modal perusahaan yang dihasilkan dari penjualan produk perusahaan. Masuknya dana atau kontribusi dana lainnya atau kompensasi hutang Perusahaan (atau kombinasinya) dari pengirim, penyediaan jasa atau kegiatan lain yang merupakan bisnis utama atau inti Perusahaan.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju atau tidaknya daerah. Jika pendapatan daerah relatif rendah, maka dapat dikatakan pembangunan dan kemakmuran juga akan rendah. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula²⁰.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah aliran uang yang diperoleh dari kegiatan usaha atau perusahaan untuk

¹⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1998.

¹⁹ Pitwa Pertiwi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

²⁰ Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama Cetakan Kelima, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012.

menciptakan barang atau jasa yang mengakibatkan bertambahnya dan berkurangnya pendapatan.

Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik:

- a) Jika saldo bertambah, maka harus dibukukan ke sisi kredit. Setiap entri di sisi kredit berarti meningkatkan saldo pendapatan.
- b) Jika saldo berkurang, ini harus dicatat pada debit. Setiap posting di sisi debit menyebabkan pengurangan saldo pendapatan. Adapun beberapa jenis-jenis pendapatan sebagai berikut :

2. Jenis-jenis Pendapatan

Dalam praktiknya, ada dua jenis elemen pendapatan dari laporan laba rugi: pendapatan dari kegiatan utama perusahaan (primary activity) dan pendapatan atau income diluar kegiatan utama (secondary activity). Bank membagi pendapatan mereka menjadi dua jenis: pendapatan operasional dan pendapatan non-operasional.

- a) Laba operasional, adalah hasil langsung dari operasi perusahaan. Pendapatan bisnis dibagi menjadi 2 (dua) golongan, yakni pendapatan bersih dan pendapatan kotor.
 - Penerimaan Kotor, penerimaan nilai baru, dan faktur penjualan sebelum dikurangi retur barang dagangan dan factor diskon penjualan.
 - Laba Bersih, pendapatan dari penjualan barang atau jasa dikurangi komponen *return* barang dagangan dan potongan penjualan.
- b) Pendapatan non-bisnis, pendapatan non-bisbis adalah pendapatan yang dihasilkan secara otomatis tanpa aktivitas apapun. Pendapatan non-operasional juga terbagi 2 (dua) kategori: pendapatan sewa dan bunga.
 - Kinerja Sewa, adalah kinerja yang didapat setelah menyewakan properti misalnya, menyewakan rumah atau mobil.
 - Bunga, adalah hasil yang didapat setelah meminjamkan uang kepada orang lain.

3. Sumber Pendapatan

Dalam menentukan tingkat kekayaan harus diperhatikan pendapatan seseorang, karena pendapatan memungkinkan seseorang secara langsung

maupun tidak langsung dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sumber pendapatan masyarakat adalah: Sektor formal terdiri dari upah dan gaji yang dibayarkan pada tingkat yang teratur dan telah ditentukan. Sektor informal adalah pendapatan dari pendapatan tambahan atau akuisisi, seperti: Penghasilan dari usaha, pengrajin, pekerja dan lain-lain. Sektor subsisten adalah penghasilan yang diperoleh dari hasil usaha sendiri berupa hasil panen, perbekalan, ternak, dan pemberian yang dimiliki orang lain.

Pembagian sumber pendapatan adalah sebagai berikut:²¹

- a) Upah atau bisa di sebut gaji, adalah membayar jasa seseorang setelah bekerja dalam jangka waktu 1bulan, mingguan,maupun harian.
- b) Penghasilan dari kegiatan usaha sendiri dari total penjualan barang atau jasa setelah dikurangi biaya produksi. Misalnya pendapatan dari penjualan Ruokakaupa.
- c) Pendapatan lain, merupakan pendapatan yang berasal dari luar gaji dan usaha sendiri. Penghasilan lain diperoleh tanpa melakukan usaha, misalnya dari hasil sewa apartemen, mobil, aset lain, atau dari investasi.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari aktivitas operasi, meliputi:²²

- a) Syarat dan ketentuan pedagang

Penjual dan pembeli berpartisipasi dalam transaksi jual beli. Pedagang harus dapat membujuk pembeli untuk memenuhi target penjualan yang diharapkan dengan menghasilkan pendapatan yang diinginkan.

- b) Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi kondisi pasar yang baik dan buruk, karakteristik pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli dan preferensi pembeli.

²¹ Purnama. *Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU), Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA), dan Luas Wilayah Terhadap Belanja Modal Pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengahperiode 2010-2013*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

²² Skripsi Samsul Maarif, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang* (Universitan Negeri Semarang 2013), diunduh pada tanggl 16 Desember 2022, pukul 09:00.

c) Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan pewirausaha meningkatkan keuntungan dapat tercapai sehingga pendapatan dapat meningkat.

d) Ketentuan Organisasi Bisnis. Semakin besar pendapatan yang diperoleh perusahaan semakin rumit untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar bisnis kecil

e) Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi bisnis adalah periklanan dan pengemasan Produk.

Adapun pendapatan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yaitu sebagai berikut:²³

a) Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

b) Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

c) Distribusi

Prantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi

d) Promosi

Periklanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuan utamanya adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan

²³ Mulyadi. *Sistem Akuntansi*, Edisi ke-3 Cetak ke-5, Salemba Empat: Jakarta, 2010, Hal 127.

mengingatkan konsumen untuk memilih program-program yang ditawarkan oleh perusahaan.

5. Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh individu, bisnis, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, bunga, sewa, biaya, komisi, dan keuntungan. Islam tidak melarang umatnya menjadi kaya. Bahkan sebaliknya, justru diperintah untuk mencari harta sebanyak-banyaknya agar bisa memberi kepada orang lain yang berkekurangan atau perlu dibantu. Islam mengajarkan agar seorang muslim berzakat, infaq, shadaqoh, waqaf, dan lain-lain. Juga disebutkan bahwa, seorang muslim didorong untuk mampu memberi dan bukan menerima. Disebutkan bahwa, tangan di atas lebih baik dari pada tangan di bawah. Sebaik-baik orang adalah yang paling banyaak member manfaat bagi orang lain.²⁴

Kepemilikan dapat dilarang karena metode akuisisi tidak diizinkan. Misalnya melalui pencurian, perampokan, perampasan harta milik orang lain, peminjaman, korupsi, dll. Islam mengajarkan cara memperoleh harta yang baik dan halal. Misalnya, melalui perdagangan yang adil, pertanian, penangkapan ikan, jual beli, sewa-menyewa, dan lain-lain, tidak ada orang lain yang dirugikan atau bahkan dirugikan.

Perdagangan diperbolehkan sebagai salah satu bentuk jual beli dan bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, dijelaskan dari ayat di atas bahwa perdagangan adalah usaha untuk meningkatkan ekonomi dan merupakan salah satu pekerjaan Allah. Kegiatan yang dilakukan harus berdasarkan itikad baik dan perjanjian, serta harus jelas dan bebas dari unsur-unsur yang bernilai tinggi. Ibnu Hajar Rahimahullah, dalam kitab *Bulughul Maram Kitab Al-Buyu'* Hadits ke 782. Semoga kita bisa memetik taufik dan ibrah dari untaian kasih sayang Nabi ﷺ yang tertuang dalam haditsnya :

“Dari Rifa’ah bin Raafi’ radhiyallahu ‘anhu, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam ditanya mengenai mata pencaharian yang halal? Nabi shallallahu ‘alaihi

²⁴ Imam Suprayogo. *Islam Mengajarkan Selektif Dalam Mencari Harta*. GEMA UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014.

wa sallam menjawab, "Amalan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang diberkahi." (HR. Al-Bazzar dan disahihkan oleh Al-Hakim)²⁵

Keadilan adalah sebuah ketentuan yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk semua manusia di dunia tanpa pengecualian.²⁶ Islam juga membentuk keseimbangan hubungan antara manusia dan manusia lainnya. Keseimbangan tersebut dibutuhkan untuk melindungi hubungan yang sudah baik dari dampak buruk yang akan ditimbulkan oleh perilaku yang berlebihan dalam transaksi jual beli atau dalam kegiatan berekonomi. Itulah sebabnya mengapa dalam Islam sangatlah penting dalam menciptakan keadilan pada semua aspek kehidupan manusia bukan hanya pada satu aspek saja.²⁷

C. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang maupun jasa. Penduduk atau rakyat merupakan pelaku ekonomi yang turut membentuk kegiatan pasar di suatu tempat atau wilayah. Oleh karena itu, pengusaha yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran harus memperhatikan konsep penjualan yang bertujuan untuk kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. Pasar terintegrasi dan memegang tempat paling penting bagi manusia sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli, melainkan tempat berinteraksi dan juga bersosialisasi dengan orang lain. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga.²⁸

²⁵ Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani. *Bulugh Al-Maram Min Adillat Al-Ahkam*, Pustaka Assalam.

²⁶ Muhammad Imarah. *Islam dan Keamanan Sosial*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.

²⁷ Harun Nasution dan Bahtiar Effendy. *Hak Asasi Manusia Dalam Islam*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995.

²⁸ Philip Kotler. *Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Menurut Dahl dan Hammond pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik dan institusional. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat untuk mengadakan transaksi pertukaran benda-benda, jasa ekonomi dan uang, yang di dalamnya terdapat komunikasi dan interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga nantinya akan tercipta suatu harga berdasarkan kesepakatan bersama.²⁹

Pasar merupakan tempat bertemunya para pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dan proses negosiasi. Pada umumnya bagi produsen, pasar adalah tempat mereka menghasilkan uang dari hasil transaksinya di pasar. Pasar, di sisi lain, adalah tempat di mana konsumen memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2. Fungsi Pasar

Memahami pasar lebih dari sekedar tempat di mana jasa dibeli dan dijual, tetapi juga memiliki beberapa fungsi lainnya:

a) Fungsi sarana distribusi

Pasar adalah tempat terjadinya perdagangan antara produsen dan konsumen barang yang memenuhi kebutuhan berupa penawaran dan permintaan. Pasar kerja Menunjukkan distribusi barang dari produsen ke konsumen. Adanya pasar memungkinkan produsen, secara langsung maupun tidak langsung, untuk menggabungkan kekuatan untuk membawa produk mereka ke konsumen.

b) Fungsi harga pasar

Menentukan harga barang dan jasa. Sehingga kita sering mengetahui mekanisme pasar. Harga ini bisa naik atau turun berdasarkan permintaan dan penawaran pasar. Seorang pembeli yang membutuhkan barang atau jasa berusaha untuk menawarkan harga serendah mungkin untuk barang atau jasa tersebut agar para pihak dapat menyelesaikan transaksi.

²⁹ Widodo, Tri. *Studi Tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda*, e-Jurnal Administrasi Negara, Hal. 27.

c) Fungsi promosi penjualan

Salah satu fungsi pasar adalah promosi. Pemasaran adalah sarana pemasaran atau memperkenalkan produk atau jasa kepada pembeli potensial dalam hal manfaat, kualitas, utilitas, harga dan fitur.

d) Kegiatan sosial budaya

Pasar merupakan kontrak sosial langsung yang telah menjadi tradisi masyarakat, yang merepresentasikan interaksi antara sektor formal dan informal masyarakat. Pasar juga bersifat regional dari segi arsitektur fisiknya, yang menunjukkan bentuk fisik bangunan dan benda-benda yang dimilikinya.

3. Jenis-jenis Pasar

Pasar dapat digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu:

a) Berdasarkan Sifatnya

Pasar berdasarkan sifatnya dapat dikelompokkan sebagai berikut.³⁰

1) Pasar Konkret/Nyata

Pasar nyata adalah pasar yang memperjualbelikan barang-barang dan barangnya ada di pasar tersebut. Pada saat kesepakatan pembelian telah selesai, maka pembeli dapat langsung membawa barang tersebut. Pasar nyata memiliki ciri-ciri yaitu : barang yang diperjualbelikan tersedia di pasar tersebut, terjadinya pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli, barang yang diperjualbelikan biasanya adalah barang kebutuhan sehari-hari dan dapat dilakukan tawar-menawar, dan pembelian suatu barang biasanya dilakukan secara tunai (kontan). Contoh dari pasar nyata atau konkret adalah pasar buah, pasar sayur, supermarket, mall, minimarket, swalayan, dan pasar tradisional.

2) Pasar Abstrak/Tidak Nyata

Pasar abstrak/tidak nyata adalah pasar yang tidak dapat dilakukan transaksi jual beli secara langsung. Biasanya transaksi antara penjual

³⁰ Mapata, Dg. *Buku Penunjang Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Pengembangan Silabus Kurikulum 2013 Versi 2016 Peserta Didik VII Satuan Pendidikan SMP/MTs, dan atau Sederajat*, Yogyakarta : Deepublish, 2017.

dan pembeli hanya melalui telepon, internet, dan lainnya berdasarkan barang yang sudah dicontohkan. Barang yang diperjualbelikan tidak ada di tempat dan tidak adanya tawar menawar. Contohnya seperti pasar modal.

b) Berdasarkan Kegiatannya

Pasar berdasarkan cara transaksinya digolongkan sebagai berikut :

1) Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, biasa bangunannya berbentuk gerai, kios, los, dan tempat terbuka. Pasar tradisional biasanya menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan misal beras, sayur, ikan, dan lain-lain. Pasar tradisional juga menjual kebutuhan bersih-bersih seperti sabun, pasta gigi, sikat dan lainnya. Pada pasar tradisional, pembeli dilayani oleh penjual, dan mereka juga melakukan transaksi tawar-menawar untuk menentukan harga yang sepakat agar jual beli dapat terjadi.

2) Pasar Modern

Pasar modern merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi jual beli secara tidak langsung, dimana pembeli melayani diri sendiri dengan mengambil barang kebutuhannya di rak-rak yang disediakan berbagai macam produk. Harga masing-masing produk juga telah tertera pada tempat barang tersebut diletakkan dan pembeli tidak bisa melakukan tawar menawar.

c) Berdasarkan Jumlah Penjual dan Pembeli

Berdasarkan jumlah penjual dan pembeli, pasar dikelompokkan sebagai berikut :³¹

1) Pasar Persaingan Sempurna

Jenis pasar persaingan sempurna diperuntukkan pada persaingan yang berada di level paling besar. Maksudnya, dikatakan sempurna

³¹ <https://masoemuni.ac.id/berita/mengenal-tentang-struktur-pasar>, 2022, (diakses pada 14 Desember 2022, pukul 19:45)

karena di dalam pasar penjual sama-sama menjual barang sejenis dan tidak ada persaingan harga di dalamnya. Selain itu para penjual dapat bebas keluar masuk pasar karena tidak adanya penghalang. Harga pasar murni ditentukan oleh mekanisme pasar atau tingkat permintaan dan penawaran. Contoh pasar persaingan sempurna adalah perusahaan beras.

2) Pasar Monopoli

Berkebalikan dengan persaingan sempurna, pasar monopoli hanya terdapat satu penjual saja untuk jenis barang tertentu. Jadi dapat dipahami bila produsen tersebut akan memperoleh laba melebihi normal karena adanya hambatan masuk ke dalam pasar dan sekaligus sebagai price maker. Bayangkan sebuah perusahaan individu yang memiliki kontrol atas segalanya, dari kuota hingga harga, itulah kekuatan mereka yang masuk dalam pasar monopoli. Contohnya seperti listrik yang dikelola PT PLN (Persero).

3) Pasar Monopolistik

Jenis pasar ini mengumpulkan banyak penjual yang menghasilkan atau menjual produk yang berbeda-beda, yang membuat posisinya berada di antara pasar persaingan sempurna dan monopoli. Ciri dari pasar ini adalah tidak adanya homogenitas produk serta kebebasan bagi perusahaan-perusahaan baru untuk masuk ke dalam pasar. Contoh dari jenis pasar ini adalah restoran makanan cepat saji (fast food) ayam goreng seperti KFC, McDonalds, dan lain sebagainya.

4) Pasar Oligopoli

Pasar oligopsoni didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan yang saling bersaing. Masing-masing pemain di pasar oligopoli memiliki kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar. Biasanya terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai 70 hingga 80 persen dari seluruh produksi. Contoh dari pasar oligopoli adalah industri smartphone.

d) Berdasarkan Jenisnya

Berdasarkan jenisnya, pasar dapat dikelompokkan menjadi :³²

1) Pasar Konsumen

Hypermarket adalah pasar di mana individu atau rumah tangga dapat membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk mereka gunakan sendiri.

2) Pasar Industrial

Pihak yang membeli barang atau jasa di pasar industri dapat digunakan kembali untuk menghasilkan barang atau jasa lain atau dipinjamkan kepada pihak lain untuk mendapatkan keuntungan.

3) Pasar Reseller

Pasar penjualan kembali adalah pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang menjual kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.

4) Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah terdiri dari badan-badan pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk menjalankan fungsi utama pemerintahan mereka.

D. Pasar Modern

1. Pengertian Pasar Modern

Berkembangnya pasar moder di Indonesia terjadi pada tahun 1970-an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Namun sejak tahun 1998, perkembangan pasar modern semakin berkembang dengan masuknya investasi asing ke sektor ritel. Pasar modern mulai merambah ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan. Pasar modern disebut juga modern retail atau toko modern karena merupakan sektor retail. Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan

³² Pujiastuti, Y. Sri dkk. *IPS Terpadu 2A untuk SMP dan MTs Kelas VIII Semester I*, Jakarta: Esis, 2007.

dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hypermarket ataupun grosir.³³

Ada banyak jenis barang yang dijual di pasar modern. Pasar modern tidak hanya menawarkan barang lokal, tetapi juga barang impor. Produk yang akan dijual tunduk pada pemeriksaan awal yang ketat, yang menjamin kualitas yang relatif baik, dan produk yang tidak memenuhi persyaratan akan ditolak. Di pasar modern, gudang biasanya memiliki inventaris yang terukur secara kuantitatif. Mengenai harga, pasar modern memiliki label harga khusus (termasuk harga sebelum pajak dan sesudah pajak).

Adapun pasar modern memiliki ciri-ciri sebagai berikut:³⁴

- a) Harga sudah tertera dan diberi Barcode
- b) Barang yang dijual beraneka ragam dan umumnya tahan lama
- c) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (Swalayan)
- d) Ruangan Ber-AC dan nyaman tidak terkena trik matahari
- e) Tempat bersih
- f) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang
- g) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashier dan tidak ada tawar menawar lagi.

2. Jenis-jenis Pasar Modern

Pasar modern telah berkembang sangat pesat. Jenis pasar modern adalah:

- a) Department store,

Department store adalah toko besar yang menyimpan berbagai jenis barang di berbagai departemen. Toko ini merupakan bagian dari perusahaan retail yang dapat menawarkan banyak barang konsumsi

³³ Endi Sarwoko. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*, Jurnal Ekonomi Modernisasi Volume 4, Nomor 2, 2008.

³⁴ Andini Elisabet. *Pasar tradisional dan Pasar Modern*, diunduh pada tanggal 06 Desember 2022.

termasuk berbagai kategori produk. Namun, department store tidak selalu memiliki semua jenis barang yang berbeda.

b) Supermarket

Supermarket, pasar swalayan adalah toko yang menjual segala macam kebutuhan sehari-hari. Kata supermarket berasal dari bahasa Inggris dan secara harfiah berarti "pasar besar". Sebagian besar produk yang dijual di supermarket adalah kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan seperti sembako, minuman, sayuran, buah-buahan, tisu, popok, dll.

c) Minimarket

Mini market adalah supermarket kecil yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Definisi ini mirip dengan definisi toko kelontong, hanya saja toko serba ada adalah bentuk modern dari toko kelontong.

d) Hypermarket

Hypermarket adalah supermarket terbesar dalam hal ukuran bangunan dan jumlah barang yang dijual. Barang dagangan dijual di dalam dengan lebih dari 15.000 barang berbeda terjual.

3. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Modern

a) Kelebihan Pasar Modern

1) Menjual produk berkualitas

Semua produk yang dijual di pasar ini harus memenuhi standar tertentu agar berkualitas tinggi. Pedagang biasanya menawarkan diskon untuk barang yang rusak agar penjualan tetap berjalan.

2) Kondisi pasar yang bersih dan nyaman

Kebersihan menjadi hal penting dalam pasar ini karena erat kaitannya dengan kenyamanan konsumen dan kepuasan berbelanja. Biasanya ada kondisioner dan produk pembersih di pasaran untuk mencapai hal ini.

3) Buka ruang kerja

Pasar ini membutuhkan banyak tenaga kerja untuk melayani konsumen, contoh: petugas kebersihan, customer service,

keamanan, teknologi, dll. Hal ini tentu saja menciptakan banyak lapangan kerja bagi masyarakat di pasar.

4) Meningkatkan PDB

Produk Domestik Bruto (PDB) adalah jumlah semua barang dan jasa yang diproduksi di suatu wilayah selama periode waktu tertentu. Perekonomian negara menjadi lebih baik semenjak pasar modern ada.

b) Kekurangan Pasar Modern

1) Beralihnya konsumen ke pasar modern

Mengingat beberapa keunggulan pasar modern, banyak konsumen yang beralih dari pasar tradisional ke pasar modern. Hal ini menyebabkan berkurangnya pembeli di pasar tradisional.

2) Adanya kesenjangan ekonomi

Migrasi konsumen dari pasar tradisional ke pasar-pasar tersebut menyebabkan penurunan pendapatan para pedagang pasar tradisional. Sebagian besar pengecer tradisional adalah kelas menengah, dan pemilik supermarket adalah kelas menengah. Tentu saja, ini memperlebar ketimpangan ekonomi.

3) Terjadi eksploitasi dari pemasok

Secara umum pasar modern di kawasan ini tidak banyak, namun jumlah pedagangnya cukup banyak. Pasar ini sering memanfaatkan persaingan antar penjual untuk memastikan bahwa produk penjual tertentu diterima di pasar.

4) Pengurangan devisa negara

Potensi sumber daya dalam negeri yang besar juga memudahkan masuknya perusahaan asing ke pasar Indonesia. Investasi asing ke pasar ini konstan. Dampak jangka panjang dari penanaman modal asing mengurangi perolehan devisa suatu negara. Hal ini disebabkan meningkatnya aktivitas impor, keuntungan, bunga dan aliran dana ke negara lain.

4. Keberadaan Pasar Modern di Masyarakat

Pendirian Sarinah Department Store pada tahun 1962 menandai kemunculan pertama ritel modern di Indonesia. Bentuk bisnis ini terus berkembang sepanjang tahun 1970-an dan 1980-an. Awal 1990-an merupakan tonggak masuknya peritel asing Indonesia. Hal ini ditandai dengan berkembangnya toko ritel terbesar Jepang "Sogo" di Indonesia. Selanjutnya, Keputusan Presiden No. 99 Tahun 1998 melihat pesatnya perkembangan ritel modern dan menghapus ritel dari daftar negatif penanaman modal asing. Saat ini Indonesia memiliki banyak jenis toko ritel modern seperti pasar modern, supermarket, department store, butik, factory outlet, toko khusus, mall, mini market, mall/supermall/plaza. Pada saat yang sama, format ritel modern berkembang mengikuti perkembangan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup masyarakat.

Pasar telah berkembang dari waktu ke waktu. Dari tradisional hingga modern. Perkembangan ini terjadi di kota-kota di seluruh dunia. Dalam dunia yang mengubah pola pikir dan perilaku konsumen saat ini, pasar modern tidak dapat dihentikan. Namun keberadaannya terancam mengganggu peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat. Meski tidak bisa dipungkiri keberadaan pasar tradisional menjadi penopang perekonomian kelas menengah.

Kebutuhan manusia berkembang dengan berbagai perubahan yang terjadi saat ini, terutama yang berkaitan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Perkembangan zaman membuat keberadaan ritel tradisional menyaingi atau bahkan mengungguli keberadaan ritel modern. Konsumen cenderung mencari kebebasan dalam berbelanja. Ini adalah salah satu konsep paling populer di ritel modern. Dengan demikian, keberadaan industri ritel modern mempengaruhi berbagai hal, seperti perubahan kebijakan lingkungan dan perubahan sosial ekonomi masyarakat. Indonesia memiliki banyak jenis toko retail modern seperti Hypermart, Ramayana, Indomaret, Alfamart, Alfamidi. Industri ritel modern ini berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup masyarakat.

Minimarket di Kabupaten Kudus juga memastikan ketersediaan produk secara lengkap, meningkatkan kualitas produk, memberi kesan ada produk impor, memberi kesan ada produk baru yang diiklankan, dan menawarkan diskon. dan menyiapkan paket khusus, ditempatkan secara strategis, dan bersaing untuk memberikan dan menjaga kenyamanan. , pemberian hadiah dan undian, menyediakan tempat parkir, memberikan pelayanan yang ramah dan label harga untuk membantu konsumen menemukan barang di minimarket dan kios swalayan. Banyaknya jumlah minimarket yang kita temui maka keberadaan minimarket terhadap masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap minimarket. Perilaku konsumen tersebut bisa mengubah bisnis ritel yang semula di pandang sebatas penyedia barang dan jasa, menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi bisa menjadi tempat berkumpul atau bersosialisasi. Melihat hal tersebut, eksistensi warung tradisional dan toko kelontong yang berdiri sendiri dengan berbasis ekonomi kerakyatan dapat mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya pasar modern yang di nilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel.³⁵

E. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional yaitu sebagai tempat adanya penjual dan pembeli yang saling bertemu dan adanya transaksi secara langsung serta adanya proses tawar menawar. Bangunan yang terdapat di pasar tradisional terdiri dari gerai ataupun kios-kios dan los serta dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Biasanya menjual berbagai kebutuhan seperti sayur-sayuran, buah, ikan, daging, telur, pakaian, dan bahan elektronik, serta berbagai jasa. Terdapat juga penjual kue-kue dan perabot rumah tangga. Pasar tradisional dapat dijumpai dekat dengan kawasan

³⁵ Ananda Tuliabu. *Pengaruh Eksistensi Ritel Modern Terhadap Pendapatan Ritel Tradisional Di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 5, No.1, 2022.

perumahan untuk memudahkan pembeli sampai dengan cepat dan banyak ditemukan di Indonesia.³⁶

Fungsi pasar tradisional itu sendiri menjadi solusi dalam memberikan serta menyediakan berbagai fasilitas juga sebagai pengatur dan penekan bagi pelaku yang juga terlibat.³⁷ Pengelolaan pasar tradisional yaitu penataan pasar tradisional yang tercakup didalamnya sebagai perencana, pelaksana serta pengendali bagi pasar tradisional. Sangat banyak pihak yang ikut terlibat dalam manajemen dan pengelolaan pasar tradisional bagi pihak pengelola serta dalam pengambilan keputusan juga berbeda-beda. Pihak-pihak yang terlibat yaitu: Dinas Pekerjaan Umum terkhusus Bina Marga, Dinas Perparkiran, Dinas Perdagangan dan Pengelolaan Pasar, Dinas Perhubungan, Dinas Kebersihan, dan Polisi Lalu Lintas. Semua pihak yang terlibat harusnya menjalankan dan berkoordinasi secara baik serta professional dengan penuh rasa tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya untuk pengelolaan pasar tradisional dengan baik.³⁸

Pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.³⁹

Ciri-ciri pasar tradisional antara lain sebagai berikut:⁴⁰

- a) Memperjualbelikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran.
- b) Melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil.
- c) Bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana.

³⁶ Malano Herman. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2011.

³⁷ Abdullah. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

³⁸ Malano Herman. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2011.

³⁹ Endi Sarwoko. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 4, Nomor 2, 2008.

⁴⁰ Sopiah. *Manajemen Bisnis*, 123.

d) Pemilikan dan pengelolaan umumnya dilakukan oleh pemerintah daerah.

2. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Tradisional

Pasar tradisional juga memiliki kelebihan dan kekurangan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Keunggulan pasar tradisional adalah:

- 1) Banyak pembeli yang datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur dan ikan.
- 2) Kualitas produk tidak kalah dengan pasar modern.
- 3) Harga murah dibandingkan dengan pasar modern.
- 4) Membiarkan pembeli menawar harga barang untuk mencapai kesepakatan dengan pedagang.

b) Kelemahan pasar tradisional adalah:

- 1) tempat yang tidak rapi dan kotor
- 2) Bau busuk
- 3) Distribusi wilayah kelompok produk yang tidak jelas

3. Keberadaan Pasar Tradisional di Masyarakat

Pengamatan menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa sebagian besar pasar tradisional dipengaruhi oleh supermarket dan sebagian lainnya tidak. Pasar tradisional kini identik dengan tempat yang kotor, semrawut, becek, bau, pengap, penuh sesak, sering dihinggapi pencopet dan didominasi perempuan. Bagi masyarakat yang kelas sosialnya menengah ke atas tentu ini sangat mengganggu, karena gengsi dan kelas sosial yang mereka punya. Kondisi pasar tradisional yang semakin buruk, membuat banyak masyarakat memilih berbelanja di pasar modern, seperti mal, minimarket, supermarket, hipermarket. Pertumbuhan pasar modern saat ini memang sangat pesat. Bukan hanya di kota, tapi sudah menjangkau pada pelosok desa. Keberadaan pasar modern sangat antusias diterima oleh masyarakat desa. Bahkan keberadaan pasar modern di desa menjadi salah satu bentuk dari kemajuan suatu desa bagi masyarakat sekitar.⁴¹

⁴¹ Henni Pransiska, *Artikel Medan Bisnis Daily*, Masih Pentingkah Pasar Tradisional?, Selasa, 22 Mar 2022 08:09 WIB

Masuknya investasi ke sektor pasar modern itu sendiri merupakan tantangan bagi aktivitas dan pengembangan ekonomi kecil. Dalam hal ini pasar tradisional usaha mikro, kecil dan menengah. Padahal, dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan pembangunan pasar modern, keberadaan pasar tradisional di perkotaan semakin ditakuti bahkan terancam bangkrut. Tantangan terhadap pasar tradisional di tengah pengaruh globalisasi dan liberalisasi perdagangan ditandai dengan masuknya arus investasi di Indonesia yang telah melanda seluruh bidang penanaman modal dari suatu daerah menuju ke daerah yang lain yang paling menguntungkan, Perlindungan Hukum Bagi Pasar Tradisional di Era Liberalisasi Perdagangan dalam dilihat dalam Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 , Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 56/M-DAG/PER/9/2014, dan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 20 Tahun 2012.⁴²

Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa perspektif. Aspek-aspek tersebut antara lain harga yang murah dan dapat dinegosiasikan, kedekatan dengan pemukiman, dan melimpahnya hasil bumi segar. Manfaat lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa di mana Anda dapat melihat dan mengambil barang-barang yang biasanya segar. Namun, bukan berarti pasar tradisional tidak memiliki kekurangan. Selama ini pasar tradisional diketahui memiliki kelemahan. Kelemahan tersebut antara lain persepsi pasar yang kumuh, kotor, bau, dan ramai pembeli. Ditambah lagi dengan ancaman perubahan kondisi sosial yang cenderung membuat wanita urban mengejar karir dan memiliki sedikit waktu untuk berbelanja di pasar tradisional.

⁴² Komang Devayanti. *Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan* , <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20232>. diakses pada tanggal 15 Desember 2022, pukul 19:52.

F. Penjual Eceran (Peritel)

1. Pengertian Penjual Eceran

Ritel, juga dikenal sebagai peritel atau eceran, adalah jenis pemasaran produk dan mencakup semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis. Organisasi atau orang yang mengoperasikan bisnis ini disebut pengecer. Dalam praktiknya, pengecer membeli barang dan produk dalam jumlah besar dari produsen dan importir secara langsung atau melalui grosir dan menjualnya kembali dalam jumlah kecil.

Industri ritel di Indonesia dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Pada hakekatnya, ritel modern merupakan evolusi dari ritel tradisional. Karena dengan kemajuan ekonomi, teknologi dan gaya hidup masyarakat, masyarakat menginginkan belanja yang lebih nyaman.

Ruang lingkup menjajakan meliputi penjualan barang dan penjualan jasa, serta menjajakan barang. Jadi, menjajakan meliputi penjualan barang fisik, bisa berupa barang rumah tangga, aksesoris kendaraan, perabot rumah tangga, dll. Pengecer adalah pengecer yang menjual jasa seperti tiket dan pemesanan hotel. Selain itu, ruang lingkup ritel adalah ritel di lokasi tertentu. Dengan kata lain, toko ritel memiliki tempat untuk menjual produk dan e-commerce. Ini berarti pengecer dapat menggunakan teknologi digital yang ada untuk menjual produknya tanpa harus mendirikan bisnis fisik.

2. Pembagian Ritel

Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok, yaitu ritel tradisional dan ritel modern.

a) Ritel Tradisional

Ritel tradisional adalah ritel yang bersifat tradisional yang berarti sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan seperti kios-kios, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional seperti los, tenda, dan lain-lain. Kelompok bisnis ritel ini merupakan kelompok usaha kecil dan

memiliki modal yang sedikit dengan menggunakan fasilitas yang sederhana. Sederhananya ritel tradisional merupakan segala macam bentuk pengecer yang berukuran kecil dan memiliki modal yang sedikit.

b) Ritel Modern

Ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel modern merupakan suatu pasar yang berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang bagus kepada para konsumen serta menggunakan manajemen modern, canggih dan profesional serta kebanyakan berlokasi di daerah padat penduduk atau perkotaan.

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel diberlakukan (Perpres RI No. 112 Tahun 2007) tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern. Ritel modern adalah ritel dengan system pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermart* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Ritel modern ini diwakili oleh Carrefour, Ramayana, Indomaret, Alfamart, dan sebagainya.

Dalam Pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 Peraturan Menteri ini tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, disebutkan bahwa luas lantai penjualan toko modern meliputi :

- 1) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi)
- 2) Supermarket, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi)
- 3) Department Store, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi)
- 4) Hypermarket, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi)
- 5) Perkulakan, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi)

3. Fungsi dan Tujuan Peritel

a) Fungsi⁴³

- 1) Membeli juga menyimpan barang, yakni membeli barang dari produsen itu di dalam jumlah besar serta kemudian menyimpannya.
- 2) Memindahkan hak milik barang kepada konsumen akhir. Dalam hal ini target market retailer ialah konsumen akhir yang akan memakai barang atau juga jasa.
- 3) Memberikan informasi tentang sifat dasar serta juga cara penggunaan sebuah barang. Retailer ini berhubungan secara langsung dengan konsumen akhir (pengguna), maka informasi tentang suatu produk itu harus dijelaskan oleh retailer kepada konsumen.
- 4) Memudahkan konsumen didalam membeli barang karena perusahaan retail itu beroperasi di lokasi yang mudah terjangkau serta juga nyaman.
- 5) Memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan disebabkan terdapat beraneka ragam produk pada pengecer.
- 6) Mengubah produk itu ke dalam bentuk yang lebih menarik.
- 7) Memberikan layanan purna jual produk tertentu serta juga ikut menangani keluhan konsumen.
- 8) Pada situasi tertentu, retailer ini juga dapat memberikan kredit atau sewa kepada konsumen sehingga pembayaran itu dapat dilakukan lebih mudah.

b) Tujuan

- 1) sebuah. Buat pilihan kombinasi sesuai permintaan konsumen.
- 2) Menawarkan produk dan layanan dalam unit yang cukup kecil untuk memungkinkan konsumen memenuhi kebutuhannya;
- 3) Menyediakan pertukaran nilai tambah untuk produk dengan "ready exchange of value"
- 4) Bertindak sebagai perantara antara dealer dan pengguna akhir.

⁴³ Guru ekonomi. "Penjual Eceran (Retail)". Agustus 2022. <https://sarjanaekonomi.co.id/retail/>. Diakses pada 27 November 2022.

- 5) Kumpulan berbagai jenis barang yang memenuhi kebutuhan konsumen.
- 6) Menjadi acuan bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkannya.
- 7) Penentu keberadaan barang dari produsen di pasar konsumen.

4. Jenis-jenis Pengecer

a) Pengecer Toko

- 1) Toko khusus (special store) adalah pengecer yang menjual barang kategori tertentu dengan berbagai merek tetapi dalam jumlah terbatas. Contoh toko buku seperti gramedia
- 2) Department store (Tavaratalot) adalah pengecer yang memiliki lini ganda dari setiap lini produk, yang dikirimkan sebagai bagian terpisah, mengkategorikan pria, wanita, anak-anak, peralatan rumah tangga, elektronik, dll.
- 3) Pasar swalayan adalah supermarket berbiaya rendah dan bervolume tinggi dirancang untuk memenuhi total kebutuhan rumah konsumen. Contoh supermarket Sardo
- 4) Toserba adalah pengecer yang relatif kecil dan terletak di daerah perumahan, jam buka panjang dan buka tujuh hari atau seminggu dan memiliki seri produk terbatas untuk kebutuhan sehari-hari - hari omset tinggi
- 5) Toko diskon adalah pengecer yang menjual barang dengan harga lebih murah karena memiliki margin yang lebih kecil dan kuantitas yang lebih besar.
- 6) Pengecer diskon adalah pengecer yang membeli di bawah harga grosir umum dan mengenakan harga eceran yang lebih rendah kepada konsumen. Ada tiga jenis utama pengecer diskon, yaitu toko pabrik, toko mandiri, dan toko gudang.
- 7) Superstore, gabungan toko dan supermarket (supermarket, gabungan toko dan supermarket):
 - a. Superstore adalah toko yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas makanan yang dijual secara teratur dan

konsumen. barang bukan makanan Superstore biasanya menawarkan layanan binatu, pembersihan, perbaikan sepatu, dan makan siang.

b. Minimarket adalah keserbagunaan supermarket, termasuk obat resep.

c. Supermarket adalah gabungan dari prinsip supermarket, toko diskon dan pengecer gudang. Terdapat lebih dari jenis produk dalam produk yang biasa dijual, dimana jenis produk meubel, alat berat dan ringan, jenis sandang dan jenis produk lainnya.

8) Catalog Showroom adalah toko yang menjual brand ternama, mudah dijual, margin tinggi item dengan harga diskon.

b) Pengecer Non-toko

1) Penjualan langsung adalah sistem penjualan dimana karyawan langsung mengunjungi konsumen satu per satu.

2) Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang menggunakan daftar untuk memasarkan produk atau jasa.

3) Mesin penjual otomatis adalah sistem penjual otomatis dimana konsumen dapat memilih barang yang mereka sukai dengan memasukkan koin ke dalam mesin penjual otomatis.

4) Jasa toko adalah pengecer yang tidak memiliki toko tetapi khusus melayani konsumen.

c) Pengecer Organisasi

1) Toko berantai terdiri dari dua lokasi atau lebih dan biasanya dimiliki dan dikendalikan oleh organisasi pembelian dan perdagangan terpusat yang menjual barang serupa.

2) Voluntary Network adalah asosiasi yang merupakan bagian independen dari perusahaan retail yang lebih besar. Jaringan relawan berkolaborasi dalam pembelian, promosi, dan kegiatan administrasi lainnya. Salah satu dari jaringan ini akan mendistribusikan produk yang dibeli kepada anggotanya dengan harga diskon.

3) Koperasi dagang adalah jenis perdagangan eceran yang beranggotakan para pemilik usaha kecil yang berwiraswasta.

Koperasi perdagangan ini melakukan pembelian terpusat dan promosi bersama para pedagang.

- 4) Koperasi adalah koperasi milik anggota yang tujuan pendiriannya ditentukan berdasarkan kehendak anggota.
- 5) Organisasi Waralaba adalah badan usaha perorangan atau korporasi dengan sistem usaha yang memiliki karakteristik usaha yang unik untuk menjual barang atau jasa yang terbukti berhasil yang dapat digunakan atau disediakan untuk pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Itu adalah hak eksklusif.

5. Perbedaan Ritel Modern dan Ritel Tradisional

Bisnis ritel terbagi menjadi 2 (dua) kategori yaitu ritel tradisional dan ritel modern, berikut ini adalah gambaran perbedaan antara keduanya sebagaimana tabel 2.1 berikut.

Tabel 2. 1

Pembagian Ritel Modern dan Ritel Tradisional⁴⁴

Klasifikasi	Ritel Moder	Ritel Tradisional
Kepemilikan	Corporate Chain Store	Independent Store
Penggunaan Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Alat-alat pembayaran modern (komputer, kredit, card, autodebet) • Ac, Eskalator / Lift 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat pembayaran tradisional (manual, kalkulator, cash) • Tangga,tanpa AC
Promosi	Ada	Tidak ada
Keuangan	Tercatat dan dapat dipublikasikan	Belum tentu tercatat dan tidak dipublikasikan
Lokasi	Memilih lokasi yang strategis	Kurang memilih lokasi yang strategis
Tenaga Kerja	Banyak	Sedikit, biasanya keluarga
Fleksibilitas Opeasi	Tidak fleksibel	Fleksibel

⁴⁴ Tri Joko Utomo. *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern*. Jurnal Fokus Ekonomi, Vol. 6, 2011, Hal. 126-127.

G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil observasi, dijumpai adanya penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu:

1. Dian Sukma Dewi, 2018, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*. Tulisan ini membahas dampak perkembangan supermarket terhadap pasar tradisional. Saat ini, pasar dapat dibagi menjadi dua jenis: pasar modern dan pasar tradisional. Kenyataannya, pasar modern di Indonesia berkembang lebih cepat dari pasar tradisional. Pesatnya perkembangan pasar modern dirasakan oleh banyak pemangku kepentingan dan berdampak pada hadirnya pelaku usaha sejenis di dalam dan sekitar pasar tradisional. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada 7 pedagang dan 10 konsumen. Sedangkan dokumentasi dilakukan di pasar tradisional Punggur.⁴⁵ Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dipasar tradisional ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.
2. Sara Dillah Harzansyah, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Banda Aceh*, dalam skripsi yang penulis buat ini diuraikan mengenai dampak perkembangan supermarket terhadap pasar tradisional. Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Dampak keberadaan pasar modern di Indonesia yang berkembang sangat pesat dirasakan oleh para pedagang kecil dimana berdampak pada pendapatan usaha pedagang kecil. Penelitian ini dikaji dengan metode kualitatif. Data penelitian dianalisis dengan cara deskriptif-analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

⁴⁵ Dian Sukma Dewi. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*, Skripsi, IAIN Metro, 2018.

jumlah pembeli mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di 3 Kecamatan yaitu, Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Baiturrahman dan Kecamatan Syiah Kuala.⁴⁶ Perubahan jumlah kuantitas penjualan menunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan (rugi) bagi pedagang kecil, kuantitas penjualan di usaha pedagang kecil dapat diketahui yaitu mengalami penurunan serta pendapatan pedagang kecil mengalami penurunan sejak hadirnya pasar modern. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang kecil mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

3. Reza Haditya Raharjo, 2015. *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya*. Penelitian ini berada di kawasan Semarang Barat Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis tingkat keuntungan toko kelontong sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern di sekitarnya. (2) Menganalisis tingkat perubahan omset toko kelontong sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern di sekitarnya. (3) Menganalisis perubahan jumlah pembeli yang datang ke toko kelontong sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern di sekitarnya. (4) Menganalisis perubahan jam buka toko kelontong sebelum dan sesudah adanya *minimarket* modern di sekitarnya.⁴⁷ Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuisioner kepada 30 responden di tiga kecamatan yaitu Banyumanik, Pedurungan, dan Semarang Barat. Hasilnya, berdampak cukup signifikan terhadap perubahan omset, jumlah pembeli, keuntungan, dan jam buka toko akibat adanya *minimarket* modern.
4. Mustika Sari, 2021. *Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Para Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pasar modern terhadap para

⁴⁶ Sara Dillah Harzansyah. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Banda Aceh*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.

⁴⁷ Reza Haditya Raharjo. *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2015.

pedagang pasar tradisional di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Pasar modern yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Alfamart dan Indomaret. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini hanya pedagang sembako, pedagang makanan ringan, dan pedagang kosmetik. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa dengan adanya pasar modern yang jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional berdampak pada para pedagang yaitu berkurangnya jumlah konsumen, dan pendapatan. Adapun dampak lainnya yaitu menurunnya omset penjualan para pedagang pasar tradisional serta dijadikannya bahan perbandingan oleh masyarakat dalam memilih tempat berbelanja, sehingga pasar tradisional tugu menjadi kurang diminati.⁴⁸

5. Rusham, *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu, Pertumbuhan pasar moderen di Kabupaten Bekasi pada periode tahun 2000-2010 cukup tinggi di bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, sedang pertumbuhan pasar tradisional mengalami pertumbuhan tidak signifikan, cukup rendah ketika di survey pada 23 Kecamatan yang ada di Kabupaten Bekasi. Oleh karena itu dalam mengimplementasikan Perda Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Pasar Modern di Kabupaten Bekasidengan teknis SKPD yang terkait tidak berjalan dengan baik. Aturan dalam Perda ini yang dinilai masih diabaikan oleh pemerintah ialah mengenai pemberdayaan dan Perlindungan pasar Tradisional. Untuk Pemberdayaan, pemerintah seakan lepas tangan dalam pengelolaan pasar tradisional dengan memberikan hak sepenuhnya kepada

⁴⁸ Mustika Sari. *Analisis Dampak Pasar Modern Terhadap Para Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.

Pengelola pasar dan developer yang bernuansa korporasi.⁴⁹ Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pasar modern dapat menurunkan eksistensi pasar tradisional sehingga menimbulkan berbagai dampak negatif dengan melemahkan pertumbuhan pasar tradisional, karena pada saat ini orang lebih memilih belanja ke pasar modern.

6. Budi Taqwa, *Dampak Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Masamba Kab. Luwu Utara dengan adanya pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional khususnya penjual barang campuran, tas dan pakaian, karena fasilitas yang diberikan pasar modern dapat membuat konsumen lebih nyaman, serta kualitas barang yang terjamin. Konsumen juga terkadang mendapatkan diskon, dan kartu anggota dari minimarket untuk memudahkan pelayanan dan kenyamanan berbelanja.⁵⁰
7. Nurlinda, dkk yang berjudul *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari keberadaan pasar modern pada pendapatan pedagang pasar tradisional di Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interaktif dan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian di analisis untuk mengetahui hasilnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern yang saling berdekatan dengan Pasar Sentral Pangkep memiliki pengaruh terhadap penghasilan pedagang di Pasar Sentral Pangkep. Kehadiran pasar modern juga memberikan dampak terhadap

⁴⁹ Rusham. *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi*. Jurnal Ilmiah Ekonomi manajemen Dan Kewirausahaan Optimal, 2016.

⁵⁰ Budi Taqwa. *Dampak Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara*, IAIN Palopo, 2019.

pendapatan pedagang pasar tradisional, khususnya pedagang tas, baju, sepatu dan sandal. Penurunan sebesar 49% disebabkan oleh menurunnya jumlah konsumen di pasar tradisional yang lebih memilih pasar modern dengan fasilitas dan infrastruktur yang ditawarkan oleh pasar modern yang bisa membuat konsumen lebih nyaman dan aman, pembeli juga mendapatkan diskon pada barang-barang tertentu.⁵¹

Dari beberapa *literature* di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen kebanyakan lebih memilih berbelanja ke pasar modern, karena kualitas pelayanan, tempat yang lebih nyaman, harga yang sudah tercantum pada produk, dan kualitas barang yang terjamin, sehingga memberikan kesan berbelanja yang berbeda dan jauh lebih baik kepada para konsumen. Memberikan dampak kepada pedagang tradisional dengan menurunnya pendapatan, dan berkurangnya jumlah konsumen.

Terdapat beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, antara lain: Pertama tahun studi, penelitian dilaksanakan pada tahun 2022 sampai 2023, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2015 sampai 2022. Kedua, Objek penelitian dan subjek penelitian ini yakni pedagang Pasar Kliwon yang berada di wilayah Kabupaten Kudus. Sedangkan penelitian sebelumnya yakni (1) Pedagang pasar tradisional di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur, (2) Pedagang kecil di Kota Banda Aceh, (3) Usaha toko kelontong di kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang, (4) Pedagang pasar tradisional Tugu Kota Bandar Lampung, (5) Pasar tradisional di Kabupaten Bekasi, (6) Pedagang pasar tradisional di Kota Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara, (7) Pedagang pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan. Ketiga, penelitian yang dilaksanakan oleh Reza Haditya Raharjo, menggunakan metode kuantitatif, dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden. Alat analisis berupa Uji Validitas, dan Reabilitas untuk mengukur keakuratan kuisioner yang disebar, dan Uji Beda berhubungan (Paired Samplet-test) guna mengetahui

⁵¹ Nurlinda, dkk. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Sentral Pangkep Kabupaten Pangkajene Kepulauan)*, Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies. Vol. 3, 2022.

apakah ada perbedaan akibat adanya *minimarket* modern tersebut. Berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yang menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Terdapat beberapa persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, antara lain: Pertama, persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama bertujuan untuk mengetahui dampak dari keberadaan pasar modern pada pendapatan pedagang pasar tradisional, meliputi perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah adanya pasar modern, serta perbedaan jumlah pembeli sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Kedua, persamaan lain dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis untuk mengetahui hasilnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat fakta, keadaan, dan fenomena-fenomena yang terjadi. Dilihat dari judul penelitian ini, maka metode penelitian ini bisa diperkhusus menjadi penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini adalah studi lapangan (*field study*), dengan mengangkat objek kajian yakni dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variabel lain. Menurut Indriantoro dan Supono mendefinisikan penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu popularisasi.⁵²

Menurut Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵³ Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, dkk, merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat. Hal tersebut disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas jika diamati dalam proses.⁵⁴

⁵² Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan manajemen*, BPFE-Yogyakarta, 2012.

⁵³ Moleong, Lexy. J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakaya, 2015.

⁵⁴ Hendrayadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*, Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium), 2019.

Penelitian ini difokuskan mengenai bagaimana dampak dari keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional di wilayah Kudus, khususnya di Pasar Kliwon. Fokus penelitiannya adalah membuat kesimpulan seperti apa dampak pasar modern terhadap pendapatan, dan perbedaan jumlah pembeli pedagang ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan ritel tradisional, berapa pendapatan, dan perbedaan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di wilayah perkotaan Kabupaten Kudus dimana terdapat pasar tradisional bernama Pasar Kliwon. Kabupaten Kudus di Kecamatan Kota dipilih sebagai lokasi penelitian karena Kudus memiliki pasar tradisional yang cukup besar dan terdapat berbagai jenis ritel modern di wilayah Kudus seperti indomart dan alfamart. Untuk itu peneliti akan melakukan penelitian di wilayah Kudus untuk mengkaji apakah keberadaan peritel modern seperti indomart dan alfamart akan berdampak pada kelangsungan usaha peritel tradisional di Pasar Kliwon. Dan data penelitian juga akan diperoleh dari Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus. Adapun rencana waktu dalam penelitian ini adalah pada bulan Februari 2023 sampai dengan Maret 2023.

C. Subjek Penelitian

Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, tidak dikenal dengan populasi dan sampel seperti dalam penelitian kuantitatif karena penelitian berangkat dari kasus keberadaan individu atau kelompok dalam situasi sosial tertentu dan hasilnya hanya berlaku pada situasi sosial itu. Menurut Arikunto subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan.⁵⁵

⁵⁵ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016.

Subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang peneliti amati. Pada penelitian kualitatif subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek utama (*key informan*) dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang berhubungan dengan dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional, seperti pedagang ritel tradisional, serta pihak Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus. Untuk memudahkan dalam pencarian data dan informasi serta untuk lebih jelasnya tentang data key informan dalam penelitian ini maka dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1
Data Informan Penelitian

No	Keterangan	Informan
1	Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus	1
2	Pedagang ritel tradisional di Pasar Kliwon	20
Jumlah		21 Orang

Adapun karakteristik responden pedagang ritel tradisional di Pasar Kliwon lebih lengkap adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Karakteristik Informan

NO	Nama Informan	Usia	Jenis Kelamin	Pengalaman Berdagang
1	Nr	43	Perempuan	17 Tahun
2	MS	52	Laki-laki	25 Tahun
3	SS	31	Perempuan	10 Tahun
4	TI	30	Laki-laki	9 Tahun
5	AR	60	Laki-laki	22 Tahun
6	AF	45	Laki-laki	17 tahun
7	AT	43	Laki-laki	14 Tahun

8	Id	40	Perempuan	15 tahun
9	It	45	Perempuan	13 tahun
10	Tk	48	Perempuan	15 Tahun
11	Bd	40	Laki-laki	17 Tahun
12	Tm	49	Laki-laki	20 Tahun
13	Ms	48	Laki-laki	22 Tahun
14	Sg	34	Laki-laki	10 Tahun
15	Az	37	Perempuan	12 Tahun
16	ES	68	Laki-laki	30 Tahun
17	Dw	35	Perempuan	13 Tahun
18	Zi	33	Laki-laki	10 Tahun
19	Rl	40	Laki-laki	15 tahun
20	Rz	58	Laki-laki	23 Tahun

D. Sumber Data

Sumber data adalah berupa orang atau data-data tertentu yang dapat memberikan informasi mengenai suatu hal yang ingin kita ketahui. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵⁶ Pengambilan sumber data dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber. Data yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah responden atau objek penelitiannya langsung. Sehingga peneliti bisa terjun mengamati dan menulis jawaban langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data ini bisa didapatkan dengan beberapa cara seperti melalui kuesioner, wawancara langsung, dan observasi.⁵⁷ Peneliti menggunakan hasil wawancara yang

⁵⁶ Moelong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

⁵⁷ Salsabila, *Catat! 4 Perbedaan Data Sekunder dan Data Primer dalam Analisis Data*, <https://www.dqlab.id/catat!-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data#:~:text=Sumber%20data%20primer%20adalah%20responden,%2C%20wawancara%20langsung%2C%20atau%20survei>. 2022. (Diakses pada 15 Desember 2022 Pukul 21:11)

didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer dan observasi dengan responden yaitu pihak Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus yang akan diwakili oleh salah satu pegawai, 20 pedagang atau usaha kecil di Pasar Kliwon, dan pasar modern.

Dalam penelitian ini penentuan informasi pedagang ritel tradisional dipilih secara *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu.⁵⁸ *Purposive Sampling* dalam penelitian ini menggunakan kriteria yaitu :

- a. Usaha ritel tradisional sudah berdiri terlebih dahulu di wilayah tersebut sebelum adanya pasar modern.
- b. Berada di wilayah Kabupaten Kudus.
- c. Usaha di bidang perdagangan atau usaha ritel.
- d. Memiliki kesediaan untuk menjadi informan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dari sumber lain. Data ini biasanya berupa bagan, grafik, atau tabel yang berisi informasi kunci seperti pengertian pasar, pasar tradisional, pasar modern, dan peritel. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku atau dokumen pemerintah. Data sekunder membutuhkan waktu lebih sedikit daripada data primer untuk mengambilnya. Pada penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional.

⁵⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode ini merupakan suatu mekanisme yang peneliti gunakan pada saat mengumpulkan data, tujuan penelitian adalah untuk memperoleh informasi, an merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Teknik pengumpulan data disebut juga alat pengumpulan data. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, menggunakan beberapa teknik yang digunakan peneliti :

1. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.⁵⁹ Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di pasar modern dan pasar tradisional yaitu Pasar Kliwon di Kabupaten Kudus.

Kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan suatu objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati.⁶⁰ Peneliti yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam relitas dan dalam konteks yang alami, ialah yang bertanya dan juga melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang ditelitinya.

2. Wawancara

Wawancara atau bisa disebut interview merupakan cara memperoleh gambaran atau informasi berupa keterangan melalui tanya jawab antara pewawancara dengan responden atau dalam wawancara yang tujuannya untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Tujuannya adalah untuk

⁵⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.

⁶⁰ Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group.

memperoleh informasi standard dan informasi individual. Pertanyaan dan jawaban survei dilakukan kelompok responden yang telah ditentukan sebelumnya peritel tradisional dan Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus. Format wawancara yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Wawancara sistematis adalah wawancara yang dilakukan oleh pewawancara yang telah mengembangkan pedoman yang sudah ditentukan sebelumnya tentang pertanyaan apa yang akan diajukan. Pewawancara menggunakan panduan wawancara sebagai jalur yang harus diikuti dari awal hingga selesainya wawancara. Hal ini karena panduan umumnya disusun sebagai rangkaian checklist, dimulai dengan item yang mudah dijawab oleh responden dan diakhiri dengan item yang lebih kompleks.
- b) Wawancara Terarah. Wawancara ini dilakukan secara bebas, namun kebebasan tersebut tidak lepas dari pokok pertanyaan yang diajukan kepada responden dan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.
- c) Wawancara mendalam adalah wawancara informal. Wawancara ini biasanya digunakan bersamaan dengan metode observasi partisipan. Wawancara mendalam dilakukan tanpa bimbingan khusus, dan semua pertanyaan bersifat spontan berdasarkan dengan yang didengar, dilihat, dan dialami saat wawancara bersama narasumber. Wawancara yang digunakan peneliti sering disebut dengan istilah wawancara terbimbing, atau wawancara bebas terbimbing. Wawancara terbimbing atau *free guided interview* adalah wawancara yang dilakukan secara bebas, namun kebebasan tersebut tidak terlepas dari pokok bahasan yang diinginkan oleh responden dan dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.

Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan oleh peneliti sering disebut dengan wawancara tatap muka, atau wawancara terbimbing. Wawancara terbimbing atau *free guided interview* adalah wawancara yang dilakukan secara bebas, namun kebebasan tersebut tidak terlepas dari subjek yang disampaikan kepada responden dan sudah dipersiapkan sebelumnya

oleh pewawancara. Intinya adalah wawancara bebas untuk mengeksplorasi dan mendapatkan lebih banyak informasi tentang materi yang dirumuskan. Selama pelaksanaan, peneliti akan mengontrol jalannya wawancara agar sesuai dengan rencana dan tidak melebihi batas wawancara. Wawancara ini ditujukan kepada pihak Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus yang akan diwakili oleh Bapak Minan Mochammad selaku pegawai dan wawancara ini ditujukan juga kepada pedagang ritel tradisional di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus.

3. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi ini bertujuan untuk menggali data-data yang bersifat historis maksudnya catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya kalau didukung oleh pribadi kehidupan dimasa kecil, disekolah, ditempat kerja, dimasyarakat dan autobiografi.⁶¹

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder yang dilaksanakan dengan cara pengumpulan data yang bersumber pada arisp dan dokumen yang ada. Dalam hal ini Sugiyono (2014) menyatakan pendapatnya yaitu: dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambaran atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.⁶² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik dengan berada dilokasi penelitian dan akan mencatat, memfoto, dan menfotokopi asip maupun dokumen yang tersimpan pada masing-masing informan.

⁶¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

⁶² Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

F. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶³ Proses analisis data yang dilakukan penelitian ini menggunakan tiga langkah yaitu :

1. Mengumpulkan Data

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan penelitian adalah proses mengumpulkan data. Mengumpulkan data merupakan proses yang harus dilakukan dengan benar. Jika pengambilan data dilakukan dengan sesuai maka data yang didapatkan akan lebih berkualitas. Teknik analisis data kualitatif dapat menggunakan berbagai cara dalam pengumpulannya, antara lain teknik wawancara, observasi langsung, studi literature, dan catatan lapangan.⁶⁴

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema beserta polanya.⁶⁵ Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional, dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dipilih dan difokuskan pada hal-hal yang berkaitan dan menyederhanakan data, mentransformasi data, dan mengkategorikan data. Data yang sudah melalui proses ini diharapkan menjadi data bersih yang benar-benar siap untuk di analisis

3. Penyajian Data (*Display data*)

Tahap selanjutnya adalah Penyajian data atau *Display Data*. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat,

⁶³ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.

⁶⁴ Latifah. *Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis, Fungsi, dan Langkahnya*, Dqlab.id, 2022.

⁶⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009

bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya, dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*” yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan mendisplaykan data. Tahap ini akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut.⁶⁶ Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan. Mempermudah pemahaman mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang ritel tradisional.

4. **Penarikan kesimpulan (*Concluding Drawing Verification*)**

Langkah selanjutnya dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat atau mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.⁶⁷ Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

⁶⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

⁶⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian / Deskripsi Data

1. Gambaran tentang Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus sebagai salah satu Kabupaten di Jawa Tengah, terletak diantara 4 kabupaten yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Jepara dan Kabupaten Pati, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pati, sebelah selatan dengan Kabupaten Grobogan dan Pati serta sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Demak dan Jepara, Letak astronomisnya antara 110°36' dan 110°50' Bujur Timur dan antara 6°51' dan 7°16' Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Kudus sebesar 1.31 persen dari luas Provinsi Jawa Tengah.⁶⁸

Luas wilayah Kabupaten Kudus 42.516 Ha dengan kepadatan penduduk sebesar 2.005 orang per km². Kecamatan terluas yaitu Kecamatan Dawe dengan luas wilayah 8.584 Ha atau sekitar 20,19 persen dari luas wilayah Kabupaten Kudus sedangkan kecamatan dengan luas wilayah terkecil sekitar 2,46 persen luas Kabupaten Kudus sebesar 1.047 Ha yaitu Kecamatan Kota.

Secara administratif Kabupaten Kudus terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 123 Desa serta 9 Kelurahan. Luas wilayah Kabupaten Kudus tercatat sebesar 42.516 hektar atau sekitar 1,31 persen dari luas Propinsi Jawa Tengah. Luas wilayah tersebut terdiri dari 18.477 Ha (43,46 persen) merupakan lahan pertanian sawah dan 10.919 Ha (25,68 persen) adalah lahan pertanian bukan sawah. Sedangkan sisanya adalah lahan bukan pertanian sebesar 13.120 Ha (30,86 persen). Suhu udara rata-rata di Kabupaten Kudus tahun 2020 berkisar antara 19,97°C sampai 28,57°C. Kelembaban udara rata-rata bervariasi antara 56,00 persen sampai 90,00 persen.

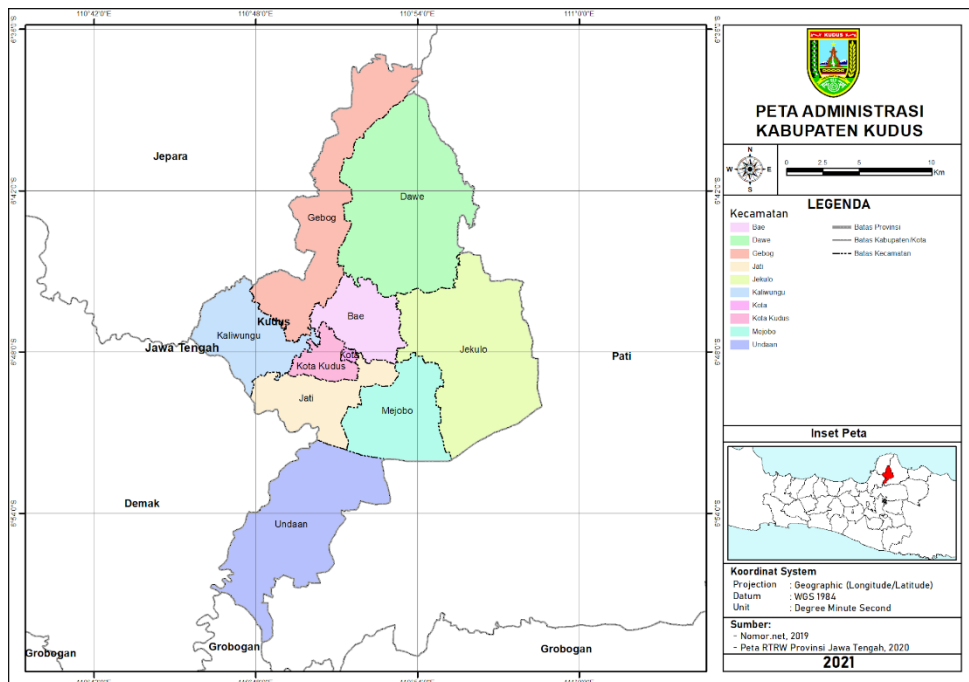
Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari tercatat 1.103 mm dan hari hujan sebanyak 26 hari. Kabupaten Kudus beriklim tropis dan memiliki

⁶⁸ Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 4.

temperatur sedang, berketinggian rata-rata 55 meter diatas permukaan air laut.

Kabupaten Kudus terbagi dalam 9 Statistik Pemerintahan Kabupaten Kudus Kecamatan, 123 Desa dan 9 kelurahan dan 392 Dukuh/Lingkungan. Kecamatan Kota merupakan kecamatan dengan jumlah desa/kelurahan terbanyak yaitu 25 desa/kelurahan sedangkan Kecamatan Bae adalah kecamatan dengan jumlah desa paling sedikit (10 desa). Peta Kabupaten Kudus bisa dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut.

Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Kudus



Berikut adalah gambaran umum Kabupaten Kudus:

a) Kependudukan⁶⁹

Jumlah penduduk tahun 2021 Kabupaten Kudus hasil Sensus Penduduk mencapai 852.443 jiwa. Dengan luas wilayah 42.516 Ha berarti setiap km² rata-rata dihuni oleh 2.005 orang. Kepadatan tertinggi ada di Kecamatan Kota Kudus yaitu 8.500 jiwa per km². Sedangkan kecamatan dengan kepadatan terendah adalah Kecamatan Undaan dengan kepadatan 1.072 jiwa per km². Laju pertumbuhan penduduk

⁶⁹ Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 36.

Kabupaten Kudus sebesar 0,38 persen, dengan laju pertumbuhan penduduk tertinggi di Kecamatan Kaliwungu sebesar 0,69 persen dan laju pertumbuhan penduduk terendah di Kecamatan Kota Kudus sebesar -0,52 persen. Bila dilihat perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan, terlihat bahwa jumlah penduduk perempuan lebih besar dibandingkan jumlah penduduk laki-laki. Hal ini terlihat pada rasio perbandingan jenis kelamin angkanya kurang dari 100 persen.

b) Pendidikan⁷⁰

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang berperan dalam meningkatkan kualitas hidup. Salah satu indikator pendidikan adalah angka harapan lama sekolah, yang didefinisikan sebagai lamanya sekolah (dalam tahun) yang diharapkan akan dirasakan oleh anak pada umur tertentu di masa mendatang. Di Kab Kudus dalam kurun waktu tiga tahun terakhir terlihat adanya peningkatan angka harapan lama sekolah. Pada tahun 2021 angka harapan lama sekolah di Kabupaten Kudus tercatat 13,24 tahun yang berarti harapan lama sekolah bisa sampai ke jenjang perguruan tinggi tingkat I.

Rata-Rata Lama Sekolah diartikan sebagai jumlah tahun yang digunakan oleh penduduk dalam menjalani pendidikan formal. Di Kabupaten Kudus rata-rata lama sekolah penduduk selama tiga tahun terakhir terlihat adanya peningkatan. Ini berarti penduduk Kabupaten Kudus semakin tahun bersekolah lebih lama. Untuk tahun 2021 rata-rata lama sekolah penduduk Kudus sebesar 8,76 tahun atau rata-rata berhenti ketika kelas 3 SMP.

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan juga perlu ditingkatkan. Di Kabupaten Kudus rata-rata jumlah murid per sekolah untuk Sekolah Dasar sebesar 144 siswa, tingkat SLTP 396 siswa, dan SLTA 509 siswa per sekolah. Pada tahun ajaran 2021/2022 seorang guru SD rata-rata mengajar 14 siswa, seorang

⁷⁰ Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 57.

guru SLTP rata-rata mengajar 16 siswa dan guru SLTA mengajar rata-rata 16 siswa. Peningkatan jumlah penduduk yang bersekolah, tentunya harus diimbangi dengan penyediaan sarana fisik dan tenaga guru yang memadai. Pada tahun ajaran 2021/2022, ada jumlah SD sebanyak 422 unit, MI sebanyak 145 unit, SMP dan MTs 51 unit dan 68 unit. Ada 17 unit SMA, 29 unit SMK, dan 38 MA.

c) Kesehatan⁷¹

Pembangunan di bidang kesehatan tidak terlepas dari jumlah sarana dan prasarana yang tersedia. Sarana kesehatan di Kabupaten Kudus dari tahun ke tahun terus ditingkatkan. Pada tahun 2021 fasilitas kesehatan yang tersedia adalah 7 buah rumah sakit umum, 3 rumah sakit khusus, 10 puskesmas rawat inap, 9 puskesmas non rawat inap, 24 klinik pratama dan 833 posyandu. Untuk melakukan pelayanan di sarana kesehatan tersebut tersedia tenaga kesehatan sejumlah 344 dokter, 1.770 perawat, 752 bidan, dan 611 tenaga farmasi. Dengan penambahan jumlah tenaga kesehatan, diharapkan dapat memberikan pelayanan kesehatan terbaik bagi masyarakat Kudus.

Sedangkan Angka Harapan Hidup di Kabupaten Kudus terus mengalami peningkatan setiap tahun, dari 76,50 tahun di tahun 2019 meningkat menjadi 76,60 tahun di tahun 2020 dan naik lagi menjadi 76,68 tahun di tahun 2021. Ini berarti tahun 2021 ada penambahan angka harapan hidup sebesar 0,08 tahun atau sekitar 29 hari. Demikian juga dengan kasus gizi buruk di Kabupaten Kudus yang terjadi penurunan. Tahun 2020 terjadi 53 kasus gizi buruk di Kabupaten Kudus dan menurun menjadi 46 kasus di tahun 2021. Berarti terjadi penurunan kasus gizi buruk sebesar 13,21 persen.

d) Agama⁷²

Jumlah tempat peribadatan di Kabupaten Kudus pada tahun 2021, untuk masjid sebanyak 716 unit, mushola 2.222 unit, gereja protestan 50 unit,

⁷¹ Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 82.

⁷² Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 89.

gereja katolik 4 unit, vihara 9 unit, dan klenteng 3 unit. Mayoritas penduduk Kabupaten Kudus menganut agama Islam sebesar 97,91 persen, diikuti agama Kristen Protestan sebesar 1,39 persen.

e) Perdagangan⁷³

Jumlah toko naik dari 110 menjadi 118 sedangkan jumlah pasar tradisional dan kios tetap, masing-masing sejumlah 27 dan 2.662. Pada tahun 2021, sejumlah 82 pasar di Kabupaten Kudus terdiri dari 55 pasar modern, 6 pasar daerah, 18 pasar desa, dan 3 pasar hewan. Kecamatan Kota memiliki pasar terbanyak, yaitu 16 pasar modern, 5 pasar daerah dan 1 pasar desa.

f) PDRB (Produk Domestik Regional Bruto)

Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Kudus menunjukkan kecenderungan moderat dan berada pada kisaran yang sama dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Pandemi covid-19 pada tahun 2021 menyebabkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Kudus masih mengalami kontraksi (pertumbuhan minus) 1,98 persen. Sektor industri pengolahan yang mendominasi perekonomian Kabupaten Kudus juga mengalami kontraksi 3,73 persen. Sedangkan sektor-sektor yang lain semuanya mengalami pertumbuhan yang positif.

PDRB atas dasar harga berlaku di Kabupaten Kudus pada tahun 2021 sebesar 108,21 trilyun rupiah turun sebesar 1,21 persen. Sedangkan untuk nilai PDRB atas dasar harga konstan 2010 sebesar 69,56 trilyun rupiah, turun sebesar 1,98 persen dari tahun sebelumnya.

Seperti halnya tahun-tahun sebelumnya Sektor Industri masih menjadi kontributor utama, sebagai pemberi andil terbesar dalam PDRB tahun 2021. Kontribusi sektor Industri Pengolahan untuk PDRB tahun 2021 atas dasar harga berlaku sebesar 79,64 persen. Sedangkan kontribusi dari sektor-sektor yang lain masih di bawah 6 persen. Dengan terjadinya kontraksi di sektor industri pengolahan, maka pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kudus juga mengalami kontraksi.

⁷³ Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm, 180.

Tabel 4. 1
PDRB Kabupaten Kudus Menurut Lapangan Usaha
Atas Dasar Harga Berlaku (Juta Rp), Tahun 2017-2021⁷⁴

Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020*	2021**
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	2.199.262,81	2.336.639,48	2.479.697,92	2.541.261,55	2.584.116,14
Pertambangan & Penggalian	136.222,63	147.605,51	156.477,91	167.572,08	117.407,96
Industri Pengolahan	78.559.958,65	83.897.608,13	88.916.629,35	88.792.036,86	86.187.090,33
Pengadaan Listrik dn Gas	42.148,32	45.120,82	47.652,23	48.868,56	52.245,01
Air, Sampah dan Limbah	18.202,06	19.224,47	20.422,88	22.700,46	23.535,75
Bangunan	3.267.558,78	3.620.313,83	3.914.283,53	3.542.804,95	3.911.670,43
Perdagangan, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	5.249.366,52	5.650.957,80	6.057.000,78	5.653.771,72	6.023.619,66
Pengangkutan & Pergudangan	1.001.538,58	1.081.182,00	1.188.880,90	945.752,51	1.029.751,85
Penyediaan Akomodasi & Makan	1.106.614,02	1.212.026,19	1.326.620,45	1.222.267,70	1.332.528,00
Informasi dan Komunikasi	585.197,20	663.344,46	738.039,01	864.231,00	951.067,42

⁷⁴ Statistik Daerah Kabupaten Kudus 2022. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. Hlm,

Jasa Keuangan & Asuransi	1.744.499,84	1.848.528,79	1.912.304,99	1.983.616,62	2.127.473,75
Real Estate	527.020,33	568.874,32	606.717,63	594.861,83	620.447,17
Jasa Perusahaan	102.420,49	114.761,39	128.676,80	126.775,15	131.887,77
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, Jaminan Sosial	759.550,79	795.285,16	835.644,41	838.109,80	844.532,84
Jasa Pendidikan	1.038.874,66	1.144.719,06	1.260.026,68	1.241.383,00	1.253.227,20
Jasa Kesehatan & Sosial	303.214,98	334.341,72	362.952,35	384.515,23	388.664,49
Jasa Lainnya	522.203,54	575.843,09	628.400,65	562.175,09	575.633,37
TOTAL	97.163.854,20	104.056.376,22	110.580.428,47	109.532.704,12	108.214.899,14

* Angka sementara

* Angka sangat sementara

2. Data Pasar Modern di Kabupaten Kudus

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus. Pesatnya pertumbuhan pasar modern baik berupa *mall*, *department store*, *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermart* telah menjamur di wilayah Kudus. Bagaimana tidak, sejak tahun 2004 pertumbuhan usaha ritel modern berupa *minimarket* mencapai 75 gerai dan terdapat 5 *swalayan* di wilayah Kudus. Kepemilikan usaha ritel modern ini dipegang oleh pemodal besar yang ingin menjajaki pasar modern di wilayah Kudus. Semakin pesatnya pertumbuhan ritel modern ini membawa konsekuensi bahwa kesempatan persebaran ekonomi yang terbatas hanya dikuasai oleh pemilik modal besar dengan hak milik pribadi.⁷⁵ Data pasar modern di Kabupaten Kudus dapat dilihat sebagai berikut.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 13 Februari 2023.

Tabel 4. 2
DATA POTENSI INVESTASI
SEKTOR PERDAGANGAN (PASAR MODERN DAN SWALAYAN)
KABUPATEN KUDUS
TAHUN 2021-2023⁷⁶

a) Data Pasar Swalayan di Kabupaten Kudus Tahun 2021-2023

No	Nama Toko	Kec.	Alamat
1	PT. Ada Perkasa Sahitaguna	Kota	Jl. Jeparu Km 1 Kel. Purwosari, Kec. Kota
2	PT. Ramayana Lestari Sentosa tbk	Kota	Gedung Ramayana Jl. Simpang Tujuh, Demaan, Kec. Kota
3	PT. Sukses Makmur Realtindo, Kudus City Walk	Jati	Jl. AKBP Agil Kusumadya, Tanggulangin, Kec. Jati
4	PT. Mulia Persada Pertiwi tbk/Hypermart	Jati	Jl. Dr. Lukmono Hadi No. 1, Getas Pejaten, Kec. Jati
5	PT. Lion Super Indo	Jati	Jl. Museum Kretek, Getas Pejaten, Kec. Jati

b) Data Rekap Perkecamatan Minimarket Kabupaten Kudus Tahun 2021-2023

No	Kecamatan	Indo maret	Indo Maco	Mini Market	Alfaria	Alfa mart	Jumlah
1	Undaan		3		2		5
2	Mejobo		4		1		5
3	Bae		3	1	3	3	10

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 13 Februari 2023

4	Dawe		1			1	2
5	Gebog		1		2		3
6	Jekulo	2	5				7
7	Jati	3	3		2	2	10
8	Kaliwungu	1	3	2	6	1	13
9	Kota	4	10		3	3	20
	Total	10	33	3	19	10	75

c) **Rincian Daftar Lengkap**

Tabel 4. 3
DATA TOKO MINIMARKET
DI KABUPATEN KUDUS
TAHUN 2021-2023

No	Nama Toko	Alamat
Kec. Kota		
1	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Has Cokroaminoto No. 68
2	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Jeparo, Kel. Purwosari, Kec. Kota
3	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Wahid Hasyim, No. 72, Kel. Panjunan 02/02, Kec. Kota
4	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Bhakti 110 A rending 02/06, Kec. Kota
5	Toko Indri Warbala Indomaret	Jl. Niti Semito, No. 42, Kel. Sungingan 01/01, Kec. Kota
6	Toko Ardi Warbala Indomaret	Jl. Sunan Muria, No. 32, Glantengan 01/01, Kec. Kota
7	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Wahid Hasyim, Kel. Panjunan, 04/01, Kec. Kota
8	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Sunan Kudus, No. 177, Desa Demangan, Kec. Kota

9	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Niti Semit, No. 31, Kel. Purwosari 04/05, Kec. Kota
10	PT. Indomarco Prismatama	Jl. HM Subchan, Kel. Purwosari, 03/02, Kec. Kota
11	PT. Indomarco Prismatama	Kel. Wergu Wetan 04/04, Kec. Kota
12	CV. Kencana (Alfamart)	Jl. Hos Cokkroaminoto, Kel. Mlatnorowito, Kec. Kota
13	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Sosrokartono, Desa Kliputu, Kec. Kota
14	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Sunan Kudus, No. 119, Desa Demaan 02/01, Kec. Kota
15	PT. Indomarco Prismatama	Jl. KHR Asnawi, Desa Damaran 02/01, Kec. Kota
16	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Tanjung, No. 20, Desa Kramat 08/03 kec. Kota
17	CV. Satria Negeri (Alfamart)	Jl. Bhakti, No. 74, Kec. Kota
18	Indomart	Ds. Burikan 01/01, Kec Kota
19	Alfamart	Ds. Damaran, Kec. Kota
20	Indomart	Jl. Hos Coktroaminoto, Gg. 2, Kec. Kota
Kec. Jati		
1	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Patimura, Desa Laora Kulon 02/02, Kec. Jati
2	PT. Indomarco Prismatama	Jl. R Agil Kusumadya, No. 80 Desa Jati Kulon, Kec. Jati
3	PT. Indomarco Prismatama	Desa Getas Pejaten, Kec. Jati
4	PT. Indomarco Prismatama	Ds. Jati Kulon 02/01, Kec. Jati
5	PT. Indomarco Prismatama	Desa Tanjungkarang 02/05, Kec. Jati
6	CV. Satria Negeri (Alfamart)	Jl. Budi Utomo, Desa Megawon 04/01, Kec. Jati
7	Indomart	Jl. Kudus-Pati, Desa Ngembal Kulon, Kec. Jati (Depan SMA 1 Bae)

8	Alfamart	Jl. Sentot Prawirodirjo, Ds. Getas Pejaten, Kec Jati Kudus
9	Indomart	Ds. Tanjungkarang 02/01, Kec. Jati
10	Indomart	Desa Laoran Wetan, Kec. Jati
Kec. Jekulo		
1	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Kudus Pati, Desa Jekulo, Kec. Jekulo
2	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Kudus Pati, Desa Jekulo, Kec. Jekulo
3	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Kudus Pati, Desa Jekulo 02/01, Kec. Jekulo
4	CV. Lestari Barokah (Indomart)	Desa Jekulo, Kec. Jekulo
5	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Kudus Pati, Desa Hadipolo 07/01, Kec. Jekulo
6	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Pati, Desa Hadipolo 07/01, Kec. Jekulo
Kec. Gebog		
1	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Gebog, Desa Gondosari 01/04, Kec. Gebog
2	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Karangmalang, Ds. Karangmalang 01/07, Kec. Gebog
3	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Desa Gondosari, Kec. Gebog
Kec. Dawe		
1	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Colo, Km. 9, Ds. Cendono, Kec. Dawe
2	CV. Anugrah Karya Perdana (Alfamart)	Desa Piji 04/01, Kec. Dawe
Kec. Bae		
1	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Sosrokartono, No. 63, DS. Panjang 02/01, Kec. Bae
2	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. UMK, Ds. Dersalam 03/04, Kec. Bae
3	PT. Indomarco Prismatama	Jl. UMK, Ds. Dersalam 03/04, Kec. Bae

4	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Colo, Desa Bae 05/01, Kec. Bae
5	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. UMK, Desa Gondangmanis 07/07, Kec. Bae
6	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Conge, Desa Ngembalrejo, Kec. Bae
7	Alfamart	Jl. Jendral Sudirman 888, Dersalam, Kec. Bae
8	Alfamart	Desa Panjang, Kec. Bae (Perempatan Panjang)
9	CV. Silvia Mega Pratama	Depan UMK, Gondangmanis, Kec. Bae
10	Alfamart	Desa Peganjuran, Kec. Bae
Kec. Mejobo		
1	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Mejobo 06/02, Kec. Mejobo
2	PT. Sumber Alfaria Tri Jaya	Jl. Budi Utomo, Desa Jepang 01/01, Kec. Mejobo
3	PT. Indomarco Prismatama	Jl. Raya Pati, Desa Golantepus 01/01, Kec. Mejobo
4	PT. Indomarco Prismatama	Desa Tenggeles 03/02, Kec. Mejobo
5	PT. Indomarco Prismatama	Desa Jepang 02/01, Kec. Mejobo

Alasan munculnya pasar modern di Kabupaten Kudus menurut hasil wawancara dengan informan yang sama yaitu karena para pelaku usaha melihat potensi yang ada, bahwa di Kudus yang sebelumnya belum ada pasar modern, melihat hal ini sebagai peluang, terutama bagi mereka yang memiliki modal besar. Selain itu perkembangan gaya hidup masyarakat, yang semula tradisional, sedikit demi sedikit beralih menjadi masyarakat yang modern, dengan masyarakat yang ingin mengetahui serta mengkonsumsi produk modern. Sedangkan faktor-faktor yang menyebabkan munculnya pasar modern yaitu karena adanya pengembangan dalam tingkat pasar, masyarakat juga menginginkan memenuhi kebutuhan yang lebih modern.⁷⁷

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 13 Februari 2023.

3. Data Pasar Tradisional di Kabupaten Kudus

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus mengatakan bahwa munculnya pasar tradisional disebabkan adanya penampungan dan memudahkan arah transaksi jual beli, di mana awalnya para pedagang berjualan di jalan, pemerintah menyediakan tempat berupa pasar untuk memudahkan para pembeli dan penjual melakukan transaksi. Sehingga munculnya pedagang ritel tradisional dipengaruhi adanya factor yaitu adanya penyediaan fasilitas jual beli untuk masyarakat dan masih sederhana dalam bentuk pembangunan fisik dan tata ruang.⁷⁸ Lebih jelasnya tentang data pasar tradisional di Kabupaten Kudus dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 4
Data Pasar Tradisional Kabupaten Kudus
Tahun 2021-2023

No	Nama Pasar	Alamat	Tahun Berdiri	Luas	Los	Kios
1	Pasar Kliwon	Rendeng Kec. Kota	26-12-1996 Tanah Pemkab	27.681 M ²	1.846	509
2	Pasar Bitingan	Ploso Kec. Kota	1998 Tanah PT. KAI	17.410 M ²	1.218	336
3	Pasar Jember	Purwosari Kec. Kota	1971 Tanah Pemkab.	4.168 M ²	3.206	130
4	Pasar Wergu	Wergu Kec. Kota	Tanah PT. KAI	11.126 M ²	597	95
5	Pasar Barongan	Barongan Kec. Kota	Tanah Desa	171 M ²	33	13
6	Taman Bojana	Barongan Kec. Kota	Tanah Pemkab.	4.300 M ²	-	118
7	Pasar Jekulo	Jekulo	Tanah Desa	11.364 M ²	8	170

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 13 Februari 2023

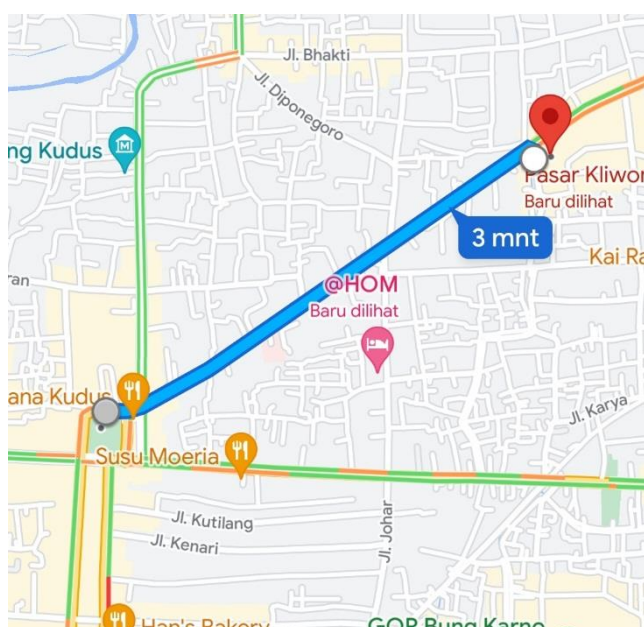
		Kec. Jekulo				
8	Pasar Ngablak	Tanjungrejo Kec. Jekulo	Tanah Desa	3.000 M ²	7	45
9	Pasar Karangbener	Karangbener Kec. Bae	2010 Tanah Desa	2.100 M ²	1	31
10	Pasar Brayung	Mejobo Kec. Mejobo	1987 Tanah Desa	12.800 M ²	21	112
11	Pasar Doro	Jepang Kec. Mejobo	1981 Tanah Desa	3.981 M ²	10	28
12	Pasar Prapat	Mejobo Kec. Mejobo	1987 Tanah desa	3.139 M ²	18	33
13	Pasar Ploso	Ploso Ke. Kota	1975 Tanah Desa	1.094 M ²	5	-
14	Pasar Langgar Dalam	Langgar Dalam Kec. Kota	1971 Tanah Desa	130 M ²	3	-
15	Pasar Mijen	Mijen Kec. kaliwungu	1997 Tanah Desa	11.148 M ²	496	88
16	Pasar Kedung Dowo	Kedung Dowo Kec. Kaliwungu	1997	-	-	-
17	Pasar Ngemplak	Ngemplak Kec. Undaan	Tanah Desa	757 M ²	2	43
18	Pasar Wates	Wates Kec. Undaan	Tanah Desa	1.340 M ²	11	40
19	Pasar Undaan Kidul	Undaan Kidul Kec. Undaan	Tanah Desa	3.198 M ²	197	50
20	Pasar Kalirejo	Desa Kalirejo Kec. Undaan	Tanah Desa	8.954 M ²	714	122
21	Pasar Piji	Jl. Kudus Colo	01-07-1997 Tanah Desa	13.500 M ²	19	160
22	Pasar Besito	Besito Kec. Gebog	07-11-1998 Tanah Desa	1.217 M ²	141	47
23	Pasar Jurang	Jurang	1986	8.400 M ²	100	11

		Kec. Gebog	Tanah Desa			
--	--	------------	------------	--	--	--

4. Sejarah Perkembangan Pasar Kliwon Kabupaten Kudus

Letak pasar ini berada di sebelah timur Simpang 7, lokasinya kurang lebih 1 Km tepatnya di Jl. Jendral Sudirman yaitu jalan arah Jepara-Pati jalur kota. Jalur yang harus dilalui jika kita dari jalur Semarang adalah melewati Simpang 7 kemudian ketimur arah Pati, atau bisa menggunakan peta google maps sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Google Maps Pasar Kliwon



Pada dasarnya sejarah awal berdirinya pasar kliwon tidak di ketahui oleh masyarakat Kudus setempat. Menurut Bapak Minan Mochammad (Pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus) mengatakan bahwa “ tidak ada yang mengetahui kapan awal berdirinya pasar kliwon Kudus, karena dahulunya pasar kliwon tidak dibentuk pemerintah daerah namun karena inisiatif masyarakat sendiri dalam mencari nafkah dan berjalannya hanya setiap hari kliwon (penanggalan jawa) . Banyak transaksi jual beli. Tahun 70 an berdiri punden mbah gamong, pasar campuran penjual mabeler yang sekarang ada di pasar wergu dan sekarang menjadi tempat penjualan hewan. Tahun 82 pasar kliwon pindah di rendeng dibangun dengan satu lantai dengan anggaran APBD. Pada tahun 85 perataan juga dilakukan pada

sebagian jenis dagangan yang direlokasi yang ada di pasar mbitingan dan wergu yang menjadi icon kudu dengan konveksinya yang terkenal di luar pulau jawa.⁷⁹

Pada tahun 95, bupati pak Darsono menyebutnya dengan pasar modern karena bekerja sama dengan investor karsa banyu bangun perkasa yang berkantor pusat di Semarang semua biaya di tanggung Pt. Pernyataan modal aset pemerintah, dengan lokasi pasar di bangun dengan 2 lantai. Berjalannya waktu dan perkembangan pasar Kliwon Kudus sehingga pemerintah daerah perlu untuk mengelolanya lebih intensif dan dengan adanya musibah pada tahun 1996, pemerintah setempat berinisiatif untuk membangun dari awal lagi pasar Kliwon dan meresmikannya. Adanya bantuan investor dengan diangsur dengan bank BPD Dan Jateng dan diresmikan pada tanggal 26 Desember 1996 (hari kamis kliwon), di mana tanggal peresmian tersebut sekarang dianggap sebagai hari jadi pasar Kliwon Kudus. Pembangunan tersebut bekerjasama dengan pemerintah daerah dengan investor selama 20 tahun pada tahun 1996- 2016 baik yang terjual dan tidak menjadi aset pemerintah kabupaten Kudus. Sehingga untuk pembelian tempat yang masih netral kepengurusannya. Sedangkan untuk pembelian tempat yang sebelumnya sudah ditempati (milik pedagang yang dijual) sehingga kepengurusannya dapat diselesaikan cukup dikantor pengelola pasar kliwon Kudus. Dan pada tanggal 27 juni 2016 lalu sekarang kepemilikan pasar kliwon Kudus menjadi aset daerah.

Musibah ini kembali terjadi kembali pada tanggal 20 September 2011 lalu, peristiwa kebakaran tersebut menghabiskan kios di blok A dan blok D, dan mereka menempati lapak-lapak di luar sekitar pasar Kliwon. Keadaan inilah yang membuat sebagian pedagang menderita kerugian yang sangat besar, dan peristiwa ini juga berdampak pada pedagang lain yang tidak terbakar. Sunan kudu merupakan ulama' yang pandai berdagang, dan hal inilah yang menjadikan warga Kudus dahulu dan sekarang terkenal sebagai pedagang-pedagang besar dengan menjual berbagai jenis barang dengan

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Minan Mochammad selaku pegawai Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus, tanggal 13 Februari 2023.

barang yang lengkap dan juga harga yang bersaing itulah saat ini pasar Kliwon menjadi tempat kulakan berbagai jenis kebutuhan dari tekstil, pakaian jadi, sepatu, sandal, berbagai jenis aksesoris gerabah sampai dengan kebutuhan pokok semua ada di pasar kliwon.

Pembangunan ruko dan kios di Pasar Kliwon, semuanya dibangun diatas area tanah seluas 27.681 M2 dengan jumlah pedagang 2.567. Sedangkan spesifikasi pembagian jenis komoditi yang diperdagangkan per blok baik lantai satu maupun lantai 2 adalah sebagai berikut:

- a) Blok A, Lantai satu : konveksi
Lantai dua : kosmetik, tas, aksesoris, sandal sepatu, dan buah
- b) Blok B, Lantai Satu : konveksi dan tekstil
Lantai dua : gerabah dan sepatu sandal
- c) Blok C, Lantai satu : konveksi
Lantai dua : sepuluh bahan pokok
- d) Blok D, Lantai Satu : konveksi, elektronik, dan sarung tenun
Lantai dua : aksesoris, makanan kering, ratengan makan, dan pisau.

Lebih jelasnya tentang lokasi penempatan bisa dilihat dari lokasi atau block penjualan yang sudah tersedia di Pasar Kliwon sebagai berikut.

Gambar 4. 3 Denah pasar Kliwon



B. Pembahasan dan Analisis

1. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Ritel Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perkembangan pola konsumsi masyarakat saat ini kehadiran pasar modern menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan masyarakat itu sendiri. Kehadiran pasar modern kemudian banyak ditemui saat ini, tidak hanya di pusat perkotaan namun hingga ke perumahan-perumahan padat penduduk hingga ke pelosok desa pun sekarang pasar modern mudah ditemui. Kehadiran pasar modern juga memberikan perubahan yang nyata, dimana akibat secara langsung adalah menghambat pertumbuhan pasar tradisional. Meningkatnya persaingan dan penurunan pendapatan adalah dampak yang dirasakan pedagang ritel di Pasar Kliwon.

Dampak langsung dan nyata atas kehadiran pasar modern terhadap para pedagang Pasar Kliwon adalah menurunnya pendapatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang penjual menyebutkan bahwa kehadiran pasar modern merupakan dampak utama dari penurunan pendapatan yang selama ini dialami oleh para penjual di pasar tradisional. Salah satu wawancara dengan bapak selamat menyatakan bahwa sejak adanya pasar modern (ADA, Ramayana, Hypermart, dsb.) yang dibangun berdekatan dengan Pasar Kliwon memang memberikan dampak berupa penurunan omset penjualan. Hasil wawancaranya sebagai berikut:⁸⁰

“Semenjak pesatnya perkembangan pasar modern, dampaknya semakin besar bagi pedagang pasar tradisional. Penyebabnya pasar modern menawarkan barang yang bermacam-macam, fasilitas yang baik, dan lokasi yang strategis.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap, di sisi lain, pasar tradisional masih berkutat dengan permasalahan klasik

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Bapak M. Selamat selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023

seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pasar modern banyak diminati oleh masyarakat disebabkan aspek-aspek sebagai berikut:

c. Aspek Produk (*Product*)

Sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar baik berupa barang atau jasa.⁸¹

Berdasarkan hasil observasi Pasar modern memiliki standarisasi tersendiri untuk produk yang dijual. Tiap produk yang dijual harus bisa melalui standar kualitas yang ditetapkan oleh manajemen, hal ini membuat produk yang ditawarkan oleh pasar modern lebih terjamin kualitasnya. Pernyataan ini didukung dengan keterangan yang di berikan oleh informan Dw yang berjualan kosmetik di dalam pasar tradisonal menyatakan bahwa: *Dengan adanya minimarket yang berdekatan dengan pasar mempengaruhi penjualan dan pendapatan, apa lagi barang yang dijual adalah alat kosmetik, dengan adanya minimarket, tentu pelanggan berkurang karna barang yang di jual di sana lebih lengkap. Apa lagi barangnya tertata dengan rapi, dan kuliatas produk yang baik, hal itu akan mempegaruhi minat masyarakat ke sana untuk berbelanja di pasar modern.*⁸²

Berdasarkan hasil wawancara di atas selaku penjual alat kosmetik, yang berdampak dengan hasil penjualannya, indikator pertama adalah omset jualannya mengalami penerunan, mereka berpendapat bahwa eksistensi toko mereka akan terancam dan terganggu kemaslahatannya, dikarenakan pasar modern memberikan hal yang berbeda dalam

⁸¹ Nurudin. *Strategi Pemasaran Menggunakan Sales Promotion Girl (SPG) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Semarang)*, Jurnal At-Taqaddum, Vol. 10, No. 2, 2018.

⁸² Hasil wawancara dengan Ibu Dwi selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

berbelanja, yaitu barang tertata dengan rapi, dan kualitas produk yang terjamin.

d. Aspek Harga (*Price*)

Daya tarik pasar bisa dilihat dari sarana prasarana yang baik, pelayanan yang disediakan, ataupun harga yang ditawarkan. Berdasarkan hasil observasi pasar modern, harga barang yang diinginkan sudah pas tersedia pada rak barang, dan banyak diskon yang ditawarkan oleh pasar modern. Penetapan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang ditawarkan namun tetap dapat bersaing. Pasar modern juga sering menerapkan *Charm pricing*, yaitu strategi penentuan harga psikologis yang melibatkan angka 9, dengan ini konsumen akan merasa harga yang ditawarkan lebih murah.

Pernyataan ini didukung dengan ungkapan pedagang Az salah satu pedagang di Pasar Kliwon, beliau sudah berwira usaha selama dua belas tahun sebelum adanya minimarket menyatakan:⁸³

Selama adanya minimarket omset penjualan mengalami penerunan akibat adanya minimarket dan dominan pelanggan sebagian ke minimarket karna harga yang di tawarkan biasanya mengalami penurunan harga. Selain itu juga mengeluhkan tentang kurangnya sosialisasi tentang pembangunan minimarket pada pemerintah setempat ke masyarakat kerna melihat banyak tokoh tradisional yang menjual okomoditif seperti di minimarket dan juga sebagian juga pengusaha yang mengeluh kerna kalah bersaing dengna minimarket dan pembanguna yang terlalu berdekatan dengan pasar dan toko tradisional.

Penulis menyimpulkan dari jawaban di atas dapat dikatakan bahwa hadirnya minimarket sebagian kecil masyarakat atau pengusaha ritel berdampak buruk dan merugikan dalam peningkatan perekonomian masyarakat, dalam sisi lain informan menginginkan agar pemerintah setempat agar bisa bersosialisasi terhadap masyarakat kerena melihat

⁸³ Hasil wawancara dengan Ibu Azizah selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

bayak toko tradisional atau pengusaha kecil sehingga tidak ada pihak yang di rugikan. Peran pemerintah daerahlah yang tentunya sangat penting demi tercapainya keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha toko modern dan ritel tradisional.

e. Aspek Lokasi (*Place*)

Pemilihan lokasi penempatan yang strategis ini bertujuan untuk menjangkau masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bentuk lain dari pasar modern yang juga mengancam keberadaan pasar tradisional adalah *Alfamart* dan *Indomaret*. Secara lokasi memang tidak berdekatan namun jumlah gerai yang banyak serta selalu diposisikan berada dekat dengan pemukiman penduduk. Keberadaan *Alfamart* dan *Indomaret* tidak hanya menurunkan pendapatan penjualan dari konsumen langsung namun juga berdampak bagi keberlangsungan dari pasar tradisional. Hal ini diketahui berdasarkan wawancara dengan salah seorang informan AF sebagai berikut:⁸⁴

“Perkembangan pasar modern yang kian banyak menjadi kendala bagi pedagang ritel tradisional, dimana kuantitas ataupun jumlah harga barang yang terjual mengalami penurunan sehingga berdampak pada pendapatan para pedagang ritel tradisional. Berbeda dengan sebelum hadirnya pasar modern seperti sekarang ini”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pengaruh utama dari kehadiran pasar modern adalah penurunan omset penjualan. Penurunan omset penjualan ini merupakan hasil perbandingan antara jumlah penjualan yang di dapatkan informan sebelum merebaknya pasar modern dan setelah merebaknya pasar modern.

Berdasarkan hasil temuan data peneliti menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Kliwon mengalami penurunan jumlah pembeli yang menyebabkan turunnya omset penjualan. Pedagang di Pasar Kliwon

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Arifin Fanani selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023

tidak mampu mempertahankan sistem pengelolaan yang baik maka pedagang di Pasar Kliwon memilih menutup dagangannya.

f. Aspek Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Meskipun suatu produk sangat berkualitas, bila konsumen belum pernah tau dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya.⁸⁵ Setiap pembeli memiliki karakteristik dan pendapat yang berbeda terhadap produk yang ditawarkan. Alat alat promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, promosi penjualan juga dapat memberikan rangsangan yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil observasi pasar modern melakukan berbagai promo menarik yang ditawarkan kepada konsumen, yaitu berupa brosur, spanduk, promosi langsung, televisi, serta media sosial seperti facebook dan twitter. Misalnya *Indomaret*, terdapat *Indomaret Card* yang memberikan beberapa keuntungan dan kemudahan bagi penggunaanya sebagai sarana pembayaran *E-Money*. Terdapat juga promo "*Super Hemat*" dan "*Harga Heboh*" berupa pemberian harga spesial untuk produk kebutuhan sehari-hari.

Berbeda dengan yang terjadi di Pasar Kliwon, pedagang Pasar Kliwon tidak memiliki strategi promosi yang bisa dilakukan seperti halnya pasar modern. Promosi yang dilakukan pedagang Pasar Kliwon terbilang sederhana, tidak menggunakan Iklan, atau selebaran yang bisa digunakan untuk promosi. Promosi yang dilakukn para pedagang adalah dengan cara berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, seperti dengan cara memanggil pembeli yang melewati kios, atau dengan

⁸⁵ Nurudin. *Strategi Pemasaran Menggunakan Sales Promotion Girl (SPG) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Semarang)*, Jurnal At-Taqaddum, Vol. 10, No. 2, 2018.

memperlihatkan produk baru yang sedang trend dan penjual lebih mendekati diri atau mencoba akrab dengan pembeli.⁸⁶

Hasil temuan penelitian ini menyatakan bahwa minimarket berpengaruh negatif terhadap pasar tradisional maupun ritel tradisional di Kabupaten Kudus, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh eksistensi minimarket mengancam keberlangsungan ritel tradisional. Hasil penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan yang menjadikan eksistensi minimarket memberikan pengaruh terhadap ritel tradisional maupun pasar tradisional, yaitu adanya potongan harga atau diskon yang ada di minimarket, kebebasan memilih barang, gaya hidup masyarakat yang modern cenderung lebih suka berbelanja di toko dengan fasilitas modern dan nyaman seperti tersedia ac, susunan letak barang yang teratur dan rapi, bersih, area parkir yang luas dan lainnya sebagainya.

Sedangkan yang terjadi pada ritel tradisional juga berpengaruh negatif yaitu, penurunan pendapatan, informan berpendapat eksistensi toko menjadi terancam dan terganggu, Sebagian informan berfikir *“yang mengatakan bahwa rezeki itu sudah ada yang mengatur manusia hanya berusaha tapi allah yang mengatur”*, dulu usaha mereka ramai adapun sekarang usaha mereka mengalami penurunan disebabkan perubahan zaman dari kuno atau tradisional menjadi serba modern. Namun yang perlu di perhatikan adalah kekurangan toko ritel tradisional dan pasar tradisional masih banyak untuk diperbaiki. Perlu di perhatikan untuk melindungi toko ritel tradisional maupun pasar tradisional dari keterpurukan. Sebelum dan sesudah adanya minimarket berdampak pada pemilihan keputusan dalam menentukan tujuan berbelanja masyarakat yang awalnya berbelanja dari pasar tradisional berkurang setelah adanya minimarket yang memberikan sensasi berbelanja yang jauh lebih baik dan nyaman. Maka masyarakat mengubah keputusan dalam menentukan tujuan belanja yaitu untuk belanja di minimarket dengan segala kelebihan dibandingkan dengan berbelanja di pasar tradisional. Perlu adanya pembenahan kualitas layanan dan lokasi di pasar tradisional

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Ziyad selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

agar dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional Kembali, hal ini untuk melindungi usaha ritel tradisional sebagai kekuatan ekonomi menengah ke bawah.

Melihat hal tersebut, dalam pandangan islam pasar merupakan sarana transaksi ekonomi yang ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang tidak cukup memadai untuk mencapai tujuan ekonomi yang islami. Ajaran islam mencoba untuk menciptakan suatu keadaan pasar yang di bingkai oleh nilai-nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana yang bersaing. Konsep islam tentang pasar yang ideal adalah *perfect competition market plus*, yaitu plus nilai-nilai syariah islam. Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam, Islam menolak konsep pasar dalam bentuk persaingan bebas tanpa batas sehingga mengabaikan norma dan etika. Aktivitas pasar harus mencerminkan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil sehingga harga yang tercipta adalah harga yang adil.⁸⁷

Allah SWT adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil, tidak membedah-bedahkan perlakuan terhadap makhluk-nya secara dzalim. Manusia sebagai makhluk yang harus memelihara hukum Allah dan menjamin pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapatkan manfaat dari padanya secara adil dan baik sesuai firman Allah dalam Q.S. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisa : 29)

Islam memandang keadilan adalah sebuah ketentuan yang wajib dan mutlak sebagai salah satu unsur penting dalam kehidupan sosial dan kemanusiaan. Keadilan adalah sebuah ketentuan yang diwajibkan oleh

⁸⁷ Adiwarman Karim. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007. Hal. 91

Allah SWT untuk semua manusia di dunia tanpa pengecualian.⁸⁸ Islam juga membentuk keseimbangan hubungan antara manusia dan manusia lainnya. Keseimbangan tersebut dibutuhkan untuk melindungi hubungan yang sudah baik dari dampak buruk yang akan ditimbulkan oleh perilaku yang berlebihan dalam transaksi jual beli atau dalam kegiatan berekonomi. Menciptakan keadilan dalam islam sangatlah penting pada semua aspek kehidupan manusia bukan hanya pada satu aspek saja.⁸⁹

Problem yang ada di Kabupaten Kudus yakni keberadaan minimarket sehingga berdampak persaingan bisnis di kalangan pedagang tradisional, sehingga mempengaruhi minat beli di masyarakat, pengaruh eksistensi minimarket yang negatif terhadap ritel tradisional secara otomatis juga dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap kemaslahatan para pemilik ritel kecil, atau toko tradisional, tujuan hukum islam yang ingin di capai manusia ada lima, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Menurut peneliti dampak positif dikalangan mayoritas masyarakat sebagai konsumen sangat baik namun, dari segi kemudahan bagi para pelaku usaha ritel tradisional, karena jual beli tersebut sudah menjadi sumber mata pencaharian mereka, berdampak pada usaha mereka, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Sebaliknya ketika pemerintah terlalu memprioritaskan pembangunan hanya toko modern maka itu akan berdampak buruk bagi para pengusaha ritel tradisional atau pedagang kecil, maka akan menimbulkan problematika di kalangan masyarakat Kabupaten Kudus, jual beli yang terdapat sangat membantu untuk mensejahterakan perekonomian masyarakat.

Menurut islam Negara memiliki hak untuk melakukan intervensi dalam kegiatan ekonomi baik dalam bentuk pengawasan, pengaturan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh

⁸⁸ Muhammad Imarah, *Islam dan Keamanan Sosial*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 116.

⁸⁹ Harun Nasution dan Bahtiar Effendy, *Hak Asasi Manusia Dalam Islam* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995), hlm. 218.

masyarakat. Beberapa contoh peran pemerintah yang berkaitan dengan implementasi moralitas Islam adalah sebagai berikut:⁹⁰

- a) Memastikan dan menjaga implementasi nilai dan moral Islam secara keseluruhan.
- b) Memastikan dan menjaga agar pasar hanya memperjual- belikan barang dan jasa yang halal dan thayyiban. Sejalan dengan anjuran Islam barang dagangan harus suci (halal), bukan barang milik orang lain (curian), barang yang dijual harus memiliki manfaat, dan tidak boleh barang haram (najis).⁹¹
- c) Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat (fair play), kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.
- d) Menjaga agar pasar hanya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan prioritas kebutuhan sebagaimana diajarkan dalam syariah Islam dan kepentingan perekonomian nasional.

Disisi lain, peran pemerintah khususnya dalam mekanisme pasar, adalah:

- a) Secara umum, memastikan dan mempertahankan bahwa mekanisme pasar sepenuhnya kompetitif. Negara harus menjamin kebebasan masuk dan keluar dari pasar, memberikan informasi, menghilangkan berbagai hambatan persaingan seperti monopoli, dan melarang kartel berbahaya.
- b) Berbagai langkah telah diambil untuk meningkatkan daya saing dan daya beli pelaku pasar yang lebih lemah, seperti produsen kecil dan konsumen menengah kebawah. Ini termasuk membuat skenario kerja sama yang berbeda antara pelaku pasar, misalnya antara produsen besar dan kecil, untuk meningkatkan efisiensi dan keadilan.
- c) Ada cara lain untuk menciptakan harga yang adil, terutama bila persaingan sempurna di pasar tidak memungkinkan. Monopoli tidak

⁹⁰ M. Arif Hakim. *Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus, 2015.

⁹¹ Muhammad bin Qasim Al-Ghazi. *Fathul Qorib Al-Mujib Fi Syahril Al-Fadzi At-Taqrif*, Darul Ilmi Surabaya.

selalu berdampak negative bagi masyarakat jika harga yang dibayarkan adil

Keberlangsungan ritel tradisional yang ada di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus menjadi salah satu indikator meningkatnya pendapatan perkapita masyarakat, sedangkan meningkatnya pendapat perkapita masyarakat merupakan salah satu indicator keberlangsungan pembangunan ekonomi secara agregat, dengan mensejahterkan masyarakat, pembangunan ekonomi. Demikian dalam rangka mewujudkan ini, perlu bekerja sama berbagai pihak dalam mengatasi hal tersebut, di sini dibagi dua cara yaitu cara yang berasal dari internal (dalam usaha) dan cara yang berasal dari eksternal (luar usaha).

Realita yang terjadi dimasyarakat tidak akan terlepas dari kerja sama dengan berbagai pihak, khususnya pemerintah sebagai instansi yang memegang regulasi di setiap daerah. Regulasi tersebut berupa perlindungan melalui segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, toko modern dan sejenisnya sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha.

2. Perubahan Pendapatan Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Modern

Keberadaan pasar modern berdampak pada pendapatan pedagang kecil, hal ini berdampak pada pendapatan serta jumlah pembeli rata-rata perhari sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Pedagang tradisional tidak memiliki strategi khusus dalam menangani kehadiran pasar modern. Hadirnya pasar modern yang berdekatan dengan para pedagang kecil memberikan suatu pengalaman baru bagi masyarakat dalam hal berbelanja. Perubahan pendapatan pedagang kecil dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4. 5

Perubahan Pendapatan Perbulan Pedagang Ritel Pasar Kliwon

No	Nama Informan	Sebelum Adanya Ritel Modern	Sesudah adanya Ritel Modern	Penurunan Pendapatan
1	Nr	Rp 2.900.000	Rp 1.400.000	-Rp 1.500.000
2	MS	Rp 5.000.000	Rp 2.500.000	-Rp 2.500.000
3	SS	Rp 2.600.000	Rp 1.300.000	-Rp 1.300.000
4	Tl	Rp 1.700.000	Rp 950.000	-Rp. 750.000
5	AR	Rp 2.200.000	Rp 900.000	-Rp 1.300.000
6	AF	Rp 3.400.000	Rp 1.400.000	-Rp 2.000.000
7	AT	Rp 2.100.000	Rp 1.600.000	-Rp 500.000
8	Id	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 500.000
9	It	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000
10	Tk	Rp 2.600.000	Rp 1.100.000	-Rp 1.500.000
11	Bd	Rp 2.900.000	Rp 1.900.000	-Rp 1.000.000
12	Tm	Rp 3.400.000	Rp 2.400.000	-Rp 1.000.000
13	Ms	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 500.000
14	Sg	Rp 2.500.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.500.000
15	Az	Rp 3.500.000	Rp 2.500.000	-Rp 1.000.000
16	ES	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.500.000
17	Dw	Rp 3.000.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.500.000

18	Zi	Rp 2.500.000	Rp 1.500.000	-Rp 1.000.000
19	Rl	Rp 2.000.000	Rp 1.000.000	-Rp 1.000.000
20	Rz	Rp 3.000.000	Rp 2.000.000	-Rp 1.000.000
Jumlah		Rp 55.800.000	Rp 31.450.000	-Rp 24.350.000
Rata-rata		Rp 2.790.000	Rp 1.572.500	-Rp 1.217.500

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa pendapatan pedagang ritel di Pasar Kliwon mengalami penurunan. Seluruh informan mengalami penurunan pendapatan setelah adanya pasar modern di sekitar Pasar Kliwon. Penurunan pendapatan tertinggi yaitu Rp 2.500.000 sedangkan terkecil Rp 500.000. Pendapatan pedagang Pasar Kliwon menurun dari rata-rata Rp 2.790.000/bulan menjadi Rp 1.572.500/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp 1.217.500/bulan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang ritel di Pasar Kliwon mereka mengaku bahwa sejak hadirnya pasar modern pendapatan mereka menjadi berkurang berbeda dengan sebelum adanya pasar modern, masyarakat memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan tempat yang nyaman, harga sudah tertera. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan T1, Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi menurun, yang biasanya dapat mencapai Rp 1.700.000,- perbulan bahkan bisa lebih, namun saat ini semenjak hadirnya pasar modern hanya dapat mencapai Rp 950.000.⁹²

Berdasarkan keterangan tersebut menunjukkan bahwa sejak hadirnya pasar modern menjadi kendala bagi pedagang ritel di Pasar Kliwon dalam berusaha, dimana masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern, dengan begitu pendapatan pedagang ritel di Pasar Kliwon menjadi berkurang, begitu pula hasil wawancara dengan informan AR beliau mengatakan bahwa:

“Menurutnya semenjak hadirnya pasar modern membuat pendapatan yang biasanya dapat mencapai Rp 2.200.000,- bahkan bisa lebih, namun

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Tolkan selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

*sekarang ini dalam sebulan hanya mampu mendapat Rp 900.000,- Menurut beliau konsumen lebih tertarik berbelanja dipasar modern yang disuguhi fasilitas yang nyaman dan bersih berbeda dengan keadaan di pasar tradisional”.*⁹³

Keterangan dari informan AR juga demikian sama halnya dengan informan Tl. Pendapatan para pedagang ritel di Pasar Kliwon berkurang sejak hadirnya pasar modern, konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern dikarenakan fasilitas yang nyaman dan bersih. Fasilitas kenyamanan di pasar tradisional berbeda dengan pasar modern, dengan begitu fasilitas yang nyaman dan bersih menjadi hambatan bagi pedagang kecil. Berdasarkan hasil observasi penulis, menunjukkan bahwa pasar modern menawarkan produk yang sebanding dengan yang ada di pasar tradisional, tetapi juga menawarkan barang-barang impor dari tempat lain, berkualitas tinggi, dan diatur sedemikian rupa sehingga memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang mereka inginkan. Harga barang di pasar modern lebih mahal daripada harga yang ada di pasar tradisional, meskipun begitu konsumen tetap berbelanja di pasar modern karena harga yang ditawarkan menarik dan sering ada diskon untuk barang-barang tertentu. Pelayanan pasar modern yang baik, kebersihan terjaga, dengan semua alat bantu berbelanja tersedia, termasuk AC, troli, serta tempat parkir yang aman dan luas, memberikan kesan berbelanja yang jauh lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan AF, pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi menurun, yang biasanya dapat mencapai Rp 3.400.000,- perbulan bahkan bisa lebih, namun saat ini semenjak hadirnya pasar modern hanya dapat mencapai Rp 1.400.000,-. Sebelum adanya pasar modern jumlah pembeli ramai setelah adanya pasar modern menjadi berkurang. Barang yang dijual pun sama harganya dengan pasar modern.⁹⁴

⁹³ Hasil wawancara dengan Bapak Aenur Rahman selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Arifin Fanani selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

Keterangan dari informan AF bahwa setelah hadirnya pasar modern pendapatan yang beliau peroleh menjadi berkurang padahal barang yang dijual sama harganya dengan pasar modern, hasil wawancara dengan informan AT yaitu:

“Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi berkurang, jumlah pembeli serta kuantitas penjualan juga berkurang. Masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar modern karena tempatnya yang nyaman, harga sudah tertera di masing-masing produk, berbeda dengan pedagang tradisional”.⁹⁵

Keterangan dari informan AT bahwa pembeli lebih memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan harga yang sudah tertera membuat masyarakat lebih nyaman berbelanja di pasar modern, sedangkan di usaha pedagang kecil tidak ada label harga yang tertera. Begitupun hasil wawancara dengan informan Id, beliau mengatakan bahwa:

“Pendapatan setelah adanya pasar modern menjadi berkurang berbeda dengan sebelum hadirnya pasar modern di dekat usaha pedagang kecil, masyarakat mulai banyak berbelanja di pasar modern dikarenakan tempatnya yang bersih, fasilitas yang nyaman serta harga yang sudah pasti. Dimana berbeda dengan pedagang tradisional tidak ada label harga di masing-masing barang yang di jual”.⁹⁶

Keterangan dari informan Id bahwa setelah adanya pasar modern mereka mengalami penurunan pada pendapatan yang diperoleh karena turunnya jumlah pembeli juga dipengaruhi oleh gaya masyarakat yang makin modern sehingga lebih senang berbelanja di pasar modern.

Berdasarkan hasil wawancara oleh pedagang ritel di Pasar Kliwon dapat dianalisis bahwa pendapatan pedagang kecil mengalami penurunan sejak hadirnya pasar modern. Hasil observasi menyimpulkan, bahwa penurunan pendapatan dapat disebabkan oleh faktor promosi yang dilakukan pasar modern untuk menarik minat konsumen berbelanja dipasar

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Tohir selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Ibu Ida selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

modern serta disebabkan juga oleh faktor harga apabila pasar modern melakukan diskon harga secara besar-besaran otomatis hal tersebut membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja dipasar modern.

Dampak adalah pengaruh sesuatu yang menimbulkan akibat, benturan yang cukup kuat sehingga menimbulkan perubahan. Dampak dapat dibagi menjadi dua, yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yang dirasakan oleh pedagang ritel tradisional adalah dimana para pedagang ritel tradisional harus berusaha mempertahankan usaha yang dikelolanya dengan cara apapun sehingga menjadi ciri khas tersendiri didalam mengelola usaha dagangannya dan secara otomatis dapat menambah hasil keuntungan yang diperoleh, selain itu pedagang kecil dapat mengubah penataan produk secara rapi dan sesuai, tidak mencampur menjadi satu. Dampak negatif yang dirasakan oleh pedagang ritel tradisional adalah dengan turunnya pendapatan mereka secara signifikan. Banyak konsumen yang beralih untuk berbelanja di pasar modern karena tempatnya lebih nyaman dan bersih.

3. Dampak Perubahan Jumlah Pembeli Ritel Tradisional Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Modern

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa jumlah pembeli mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di Kabupaten Kudus. Perubahan jumlah pembeli di Pasar Kliwon dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4. 6

Perubahan Jumlah Pembeli Pedagang Ritel di Pasar Kliwon

No	Nama Informan	Sebelum Adanya Pasar Modern	Sesudah Adanya Pasar Modern	Perubahan Jumlah Pembeli
1	Nr	20	10	-10
2	MS	20	15	-5
3	SS	25	20	-5
4	TI	15	10	-5
5	AR	15	10	-5
6	AF	20	10	-10
7	AT	25	15	-10
8	Id	20	15	-5
9	It	20	15	-5
10	Tk	20	15	-5
11	Bd	30	15	-15
12	Tm	25	15	-10
13	Ms	30	20	-10
14	Sg	30	15	-15
15	Az	20	10	-10
16	ES	30	15	-15
17	Dw	20	15	-5
18	Zi	25	15	-10
19	Rl	20	15	-5
20	Rz	20	15	-5

Jumlah	450	285	-165
Rata-rata	22,5	14,25	-8,25

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi perubahan jumlah pembeli antara sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Perubahan jumlah pembeli tertinggi mencapai 15 orang berada di 3 informan sedangkan yang paling sedikit yaitu 5 orang. Rata-rata jumlah pembeli pedagang ritel di Pasar Kliwon sebelum adanya pasar modern berjumlah 22,5 orang sedangkan setelah adanya pasar modern jumlah pembeli di Pasar Kliwon menjadi 14,25 orang, yang berarti bahwa terjadi penurunan sebanyak 8,25 pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara pedagang ritel di Pasar Kliwon, mereka mengatakan bahwa terjadi perubahan jumlah pembeli sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Hal itu menjadi salah satu penyebab berkurangnya pendapatan para pedagang ritel tradisional. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan Nr.

*“Nr sudah berjualan selama 17 tahun, menurutnya jumlah pembeli setelah adanya pasar modern menjadi berkurang, dikarenakan orang lebih memilih berbelanja di pasar modern karna kenyamanan tempat dan juga harga yang sudah tertera di masing-masing produk”.*⁹⁷

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan menjadi salah satu tolak ukur orang dalam berbelanja, karna kenyamanan menjadi nilai tersendiri dalam berbelanja baik dari segi tempat juga kebersihannya, hal ini didukung dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa pasar modern memiliki kelebihan, dan keunggulan yakni nyaman, bersih, dan terjamin. AC, bersih, kenyamanan, dan mempunyai gengsi yang tinggi menjadi andalan dari pasar modern untuk menarik minat pembeli. Mempunyai modal yang besar, pasar modern bisa melakukan apa saja untuk makin mempercantik penampilannya, bahkan kalau kita melihat tidak ada kelemahan dari pasar modern. Selain contoh diatas terjadi perubahan jumlah

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Nurul selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

pembeli yang dialami oleh informan MS sebagaimana yang dikatakannya bahwa:

“MS sudah berdagang 25 tahun sebagai pedagang di Pasar Kliwon. Mengenai barang dagangan yang ia jual sama harganya seperti toko lain atau pasar modern, akan tetapi terdapat perubahan jumlah pembeli setelah adanya pasar modern, oleh karena itu pendapatan yang ia peroleh pun berkurang”.⁹⁸

Keterangan tersebut juga menunjukkan bahwa dengan berdirinya pasar modern di dekat usaha ritel tradisional menjadi kendala bahwa orang akan lebih memilih berbelanja di pasar modern daripada pedagang ritel tradisional.

Keterangan yang sama juga dikemukakan oleh SS dan TI: *“SS sudah berdagang selama 10 tahun dan TI sudah berdagang selama 9 Tahun sebagai pedagang ritel tradisional, mereka mengatakan bahwa orang lebih memilih berbelanja di pasar modern, karena tempatnya bersih juga banyak harga diskon. dengan begitu terjadi perubahan jumlah pembeli setelah adanya pasar modern”*.⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa kondisi bangunan, kebersihan dan pemeliharaan tempat pembuangan sampah, kurangnya lahan parkir, dan sirkulasi udara yang tidak memadai adalah masalah infrastruktur yang terus menjadi masalah berat bagi pasar tradisional. Maraknya pedagang kaki lima, yang tentunya merugikan pedagang yang harus membayar penuh sewa dan retribusi, dikarenakan barang yang dijual hampir identik dengan pedagang yang berjualan di dalam pasar, sehingga pembeli tidak perlu repot masuk kedalam untuk berbelanja. Kurangnya daya dukung ciri-ciri pedagang tradisional, seperti strategi perencanaan yang buruk, akses modal yang terbatas karena anggungan yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi, kurangnya hubungan dengan pemasok utama, manajemen yang

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak M. Selamat selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Siti Solikha dan Bapak J selaku pedagang di Pasar Kliwon pada hari Sabtu, 04 Maret 2023.

buruk, dan ketidakmampuan untuk mencocokkan, merupakan kekurangan pasar tradisional, sehingga para pembeli berpindah dari pasar tradisional ke pasar modern.

Secara umum, mayoritas pembeli akan memprioritaskan mencari barang yang menyenangkan, aman, dan memadai. Pedagang perlu memahami bahwa persaingan melampaui masalah nilai dan biaya produk dan meluas ke cara yang terbaik untuk memuaskan konsumen di berbagai tingkatan, termasuk kemudahan berbelanja dan daya tarik unik lainnya. Daya tarik pasar merupakan sesuatu hal yang dapat menarik minat konsumen atau pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Daya tarik pasar bisa dilihat dari sarana prasarana yang ditawarkan, pelayanan yang disediakan, ataupun harga yang ditawarkan. Berdasarkan hasil obserwasi, kemudahan dalam berbelanja serta kualitas barang pada pasar modern yang terjamin membuat konsumen beralih kepada pasar modern dengan alasan (1) harga barang yang diinginkan sudah pas tersedia pada barang (2) modal yang besar menjadikan pasar modern dapat membeli barang yang lebih bervariasi dengan kualitas yang baik (3) barang yang diperjualbelikan pada pasar modern selalu dalam keadaan yang baik dikarenakan para pegawai selalu mengontrol keadaan barang (4) lingkungan pasar modern yang nyaman dan aman memberikan motivasi untuk berbelanja ke pasar modern. Kegiatan yang langsung dilakukan konsumen dalam mendapatkan, menghabiskan nilai suatu barang atau jasa serta sebelum melakukan tindakan pembelian merupakan perilaku konsumen. Hakikat perilaku konsumen berpusat pada kegiatan sebelum melakukan pembelian atau keputusan sebelum pembelian hingga kegiatan menghabiskan suatu barang ini dapat dipelajari dengan baik oleh pasar modern, dan tidak terdapat pada pasar tradisional. Konsumen akan memperhatikan atau mempertimbangkan hal-hal seperti (1) harga (2) wilayah (3) keadaan, kualitas, serta keragaman suatu barang (4) promosi (5) pelayanan yang ditawarkan (6) keadaan toko (7) pengaturan udara toko, hal-hal tersebut yang perlu diperhatikan pedagang pasar tradisional, agar eksistensi pasar tradisional tetap terjaga.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak langsung dan nyata atas kehadiran pasar modern terhadap para pedagang Pasar Kliwon adalah menurunnya pendapatan. Kehadiran pasar modern merupakan dampak utama dari penurunan pendapatan yang selama ini dialami oleh para penjual di Pasar Kliwom. Ekistensi minimarket memberikan pengaruh terhadap ritel tradisional di Pasar Kliwom, dikarenakan pasar modern menggunakan konsep Mix 4P, yaitu
 - a. Produk yang ditawarkan pasar modern lebih berkualitas dan terjamin
 - b. Harga barang yang diinginkan sudah pas tersedia pada rak barang, dan banyak diskon yang ditawarkan oleh pasar modern.
 - c. Lokasi penempatan yang strategis dan mudah di jangkau.
 - d. Promosi menarik yang ditawarkan kepada konsumen, yaitu berupa brosur, spanduk, promosi langsung, televisi, serta media sosial seperti facebook dan twitter.

Perlu adanya pembenahan kualitas layanan dan lokasi di pasar tradisional agar dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di Pasar Kliwon Kembali, hal ini untuk melindungi usaha ritel tradisional sebagai kekuatan ekonomi menengah ke bawah.

Islam memandang keadilan adalah sebuah ketentuan yang wajib dan mutlak sebagai salah satu unsur penting dalam kehidupan sosial dan kemanusiaan. Keadilan adalah sebuah ketentuan yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk semua manusia di dunia tanpa pengecualian. Dalam memelihara keseimbangan, serta menjaga hubungan antara Tuhan dan manusia, Islam juga membentuk keseimbangan hubungan antara manusia dan manusia lainnya. Keseimbangan tersebut dibutuhkan untuk melindungi hubungan yang sudah baik dari dampak buruk yang akan ditimbulkan oleh perilaku yang berlebihan dalam transaksi jual beli atau dalam kegiatan brekonomi.

Itulah sebabnya mengapa dalam Islam sangatlah penting dalam menciptakan keadilan pada semua aspek kehidupan manusia bukan hanya pada satu aspek saja. Menurut Islam Negara memiliki hak untuk melakukan intervensi dalam kegiatan ekonomi baik dalam bentuk pengawasan, pengaturan maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. Intervensi harga oleh pemerintah bisa karena faktor alamiah maupun non-alamiah. Umumnya intervensi pemerintah berupa intervensi kebijakan dalam regulasi yang berhubungan dengan pemerintah dan penawaran intervensi dalam menentukan harga. Intervensi dengan cara membuat kebijakan yang dapat memengaruhi dari sisi pemerintah maupun dari sisi penawaran. Regulasi tersebut berupa perlindungan melalui segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, toko modern dan sejenisnya sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha.

2. Keberadaan pasar modern berdampak pada pendapatan pedagang kecil, hal ini berdampak pada pendapatan serta jumlah pembeli rata-rata perhari sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Pedagang tradisional tidak memiliki strategi khusus dalam menangani kehadiran pasar modern. Hadirnya pasar modern yang berdekatan dengan para pedagang kecil memberikan suatu pengalaman baru bagi masyarakat dalam hal berbelanja. Pendapatan pedagang ritel di Pasar Kliwon mengalami penurunan. Seluruh informan mengalami penurunan pendapatan setelah adanya pasar modern di sekitar Pasar Kliwon. Penurunan pendapatan tertinggi yaitu Rp 2.500.000 sedangkan terkecil Rp 500.000. Pendapatan pedagang Pasar Kliwon menurun dari rata-rata Rp 2.790.000/bulan menjadi Rp 1.572.500/bulan atau mengalami penurunan sebesar Rp 1.217.500/bulan. Sejak hadirnya pasar modern pendapatan para pedagang tradisional menjadi berkurang berbeda dengan sebelum adanya pasar modern, masyarakat memilih berbelanja di pasar modern dikarenakan tempat yang nyaman, harga sudah tertera.

3. Jumlah pembeli mengalami penurunan setelah berdirinya pasar modern di Kabupaten Kudus. Terjadi perubahan jumlah pembeli antara sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Perubahan jumlah pembeli tertinggi mencapai 15 orang berada di 3 informan sedangkan yang paling sedikit yaitu 5 orang. Rata-rata jumlah pembeli pedagang ritel di Pasar Kliwon sebelum adanya pasar modern berjumlah 22,5 orang sedangkan setelah adanya pasar modern jumlah pembeli di Pasar Kliwon menjadi 14,25 orang, yang berarti bahwa terjadi penurunan sebanyak 8,25 pembeli, hal itu menjadi salah satu penyebab berkurangnya pendapatan para pedagang ritel tradisional.

B. Saran-Saran

Peneliti Dalam penelitian ini dapat memberikan saran –saran kepada:

1. Bagi Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus

Dengan munculnya banyak pasar modern diharapkan dapat melakukan kerjasama dengan pasar tradisional dengan baik, sehingga agar tujuan dari kedua pasar tersebut sesuai dengan keinginannya. Serta melakukan pembinaan dan pemberdayaan bagi ritel tradisional.

2. Bagi Para Pedagang Pasar Tradisional

Sebaiknya pedagang pasar tradisional lebih melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Menambah modal usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan serta lebih banyak strategi yang adaptif dan inovatif agar mampu bersaing dengan pasar modern.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memanfaatkan dengan baik dengan adanya keberadaan pasar modern serta dapat menjaga adanya keberadaan pedagang ritel tradisional.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai dampak kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional dalam lokasi yang berbeda, dengan demikian dapat memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional. Mengingat modernisme dikalangan masyarakat semakin meningkat dari tahun ke tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd al-Wahhab Khalifa. *Ilmu Ushul al-Fiqhi*, Kuwait: Dar al-Qlama.
- Abdullah. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Al-Asqalani, Al-Hafizh Ibnu Hajar. *Bulugh Al-Maram Min Adillat Al-Ahkam*, Pustaka Assalam.
- Al-Ghazi, Muhammad bin Qasim. *Fathul Qorib Al-Mujib Fi Syahril Al-Fadzi At-Taqrif*, Darul Ilmi Surabaya.
- Al-Mahalli, Jalaluddin & Jalaluddin As-Suyuthi. *Tafsil Al-Quran Al-Adzim lil-Imam Al-Jalalai*, Darul Ilmi Surabaya.
- Al-Malibari, Zainuddin. *Fathul Mu'in Syarah Qurrotul Ain*, Darul Ilmi Surabaya.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Basri, Rusdaya. *Pandangan At-Thaufi dan Asy-Syatibi tentang Maslahat*. Diktum : Jurnal, 9. 2, 2011.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1998.
- Devayanti, Komang. *Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan*, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20232>. diakses pada tanggal 15 Desember 2022, pukul 19:52.
- Dewi, Dian Sukma. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)*, Skripsi IAIN Metro, 2018.
- Elisabet, Andini. *Pasar tradisional dan Pasar Modern*, 2021.
- Guru ekonomi. *Penjual Eceran (Retail)*, <https://sarjanaekonomi.co.id/retail/>, 2022.

- Hakim, M. Arif. *Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus, 2015.
- Haryono, Anawar. *Hukum Islam: Kekuasaan dan keadilan*, Jakarta: Bulan Bintang, 1998.
- Harzansyah, Sara Dillah. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Banda Aceh*, Skripsi Prodi Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.
- Hendrayadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*, Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium), 2019.
- Herman, Malano. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2011.
- <https://masoemiversity.ac.id/berita/mengenal-tentang-struktur-pasar>, 2022. (diakses pada 14 Desember 2022, pukul 19:45).
- Imarah, Muhammad. *Islam dan Keamanan Sosial*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- Indonesia Regulation Database*, <https://www.regulasip.id/book/17941/read> (Diakses pada 21 Desember 2022, pukul 06:03)
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan manajemen*, BPFEE-Yogyakarta, 2012.
- JDIH BPK RI, *Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Kudus Nomor 12 Tahun 2017*, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/75557/perda-kab-kudus-no-12-tahun-2017>, (Diakses pada 21 Desember 2022 14:35)
- Kabupaten Kudus Dalam Angka. *Kudus Regency in Figures 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus.
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007.

- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama Cetakan Kelima, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kottler, Philp. *Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Latifah. *Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis, Fungsi, dan Langkahnya*, Dqlab.id, 2022.
- Maardi, Rizal. *Penelitian Kualitatif : Pendekatan Etnografi*, 4 Maret 2021.
- Maarif, Samsul. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*, Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2013.
- Mapata, Dg. *Buku Penunjang Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Pengembangan Silabus Kurikulum 2013 Versi 2016 Peserta Didik VII Satuan Pendidikan SMP/MTs, dan atau Sederajat*, Yogyakarta : Deepublish, 2017.
- Moleong, Lexy. J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakaya, 2015.
- Mulyadi. *Sistem Akuntansi*, Edisi ke-3 Cetakan ke-5, Salemba Empat: Jakarta, 2010.
- Nasution, Harun dan Bahtiar Effendy. *Hak Asasi Manusia Dalam Islam*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995.
- Nurudin. *Strategi Pemasaran Menggunakan Sales Promotion Girl (SPG) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Semarang)*, Jurnal At-Taqaddum, Vol. 10, No. 2, 2018.
- Pasiribu, Muksana. *Maslahat dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam*, Jurnal Justitia, 2014.
- Pertiwi, Pitwa. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Peta Persaingan Bisnis Ritel di Indonesia*, (Jakarta: Media Data, 2009).


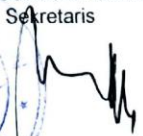
- Pransiska, Henni. *Masih Pentingkah Pasar Tradisional?*, Artikel Medan Bisnis Daily.
- Pujiastuti, Y. Sri dkk. *IPS Terpadu 2A untuk SMP dan MTs Kelas VIII Semester I*, Jakarta: Esis, 2007.
- Purnama. *Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU), Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SiLPA), dan Luas Wilayah Terhadap Belanja Modal Pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah periode 2010-2013*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahm, Ain. *Mekanisme Pasar dalam Islam*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4. No 2, 177-192, 2015.
- Rusdi, Muhammad Ali. *Maslahat Sebagai Metode Ijtihad dan Tujuan Utama Hukum Islam*, Diktum: Jurnal Syaria'ah dan Hukum, 2017.
- Sarwoko, Endi. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol. 04, No. 02, 2008.
- Sihotang, Ronald, Syaad Afifudin dan Rahmanta. "*Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Retail Tradisional dan Masyarakat dalam Pengembangan Wilayah di Kecamatan Medan Area*", dalam Jurnal Ekonom, No. 4, Vol.17, 2014.
- Statistik Daerah Kabupaten kudu 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suprayogo, Imam. *Islam Mengajarkan Selektif Dalam Mencari Harta*, GEMA UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014.
- Tuliabu, Ananda. *Pengaruh Eksistensi Ritel Modern Terhadap Pendapatan Ritel Tradisional Di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 5, No.1, 2022.

- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Modern di Indonesia*. Salemba Empat: Jakarta, Edisi 2, 2010.
- Utomo, T.J. *Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran*. Fokus Ekonomi, 2009.
- Utomo, Tri Joko. *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern*. Jurnal Fokus Ekonomi. 2011. Vol. 6.
- Widodo, Tri. *Studi Tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda*. e-Jurnal Administrasi Negara.
- Windatria. *Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Ritel Tadisional*, Sskripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.
- Yuliansih, Eka. *Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda dan Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen*, Skripsi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

LAMPIRAN

Lampiran 1

SURAT IZIN PENELITIAN

	PEMERINTAH KABUPATEN KUDUS BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK Jalan. Simpang Tujuh No. 1 Kudus Kode Pos 59313 Telepon (0291) 435010 Faks (0291) 435010 E-mail : kesbangkds@gmail.com
REKOMENDASI PENELITIAN Nomor : 070/057/39.00/2023	
Dasar :	a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 Tanggal 20 Desember 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 Tanggal 21 Januari 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian; b. Peraturan Bupati Kabupaten Kudus Nomor 14 Tahun 2015 Tanggal 30 Maret 2015 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian di Kabupaten Kudus.
Memperhatikan :	Surat an. Dekan Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Nomor: 602/Un.10.5/D1/PG.00.00/02/2023 Tanggal 06 Febuari 2023 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kudus, memberikan rekomendasi kepada :	
1. Nama :	Muhammad Zaki Showabi
2. Alamat :	Ngembalrejo RT 001 RW 001, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus
3. Pekerjaan :	Mahasiswa
Untuk :	Melakukan Penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (Skripsi/Tesis/Tugas akhir, dsb) dengan rincian sebagai berikut :
a. Nama proposal :	Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Ritel Tradisional dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Konsumen, Pedagang Ritel Pasar Tradisional dan Ritel Modern di Wilayah Kudus)
b. Tempat/Lokasi :	Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus
c. Bidang Penelitian :	Ekonomi dan Bisnis Islam
d. Waktu Penelitian :	Tanggal 08 Februari 2023 s/d 14 Febuari 2023
e. Penanggungjawab :	Nurfatoni
f. Status Penelitian :	Baru
g. Anggota Peneliti :	-
h. Nama Lembaga :	Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Ketentuan yang harus ditaati adalah :	
a.	Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat setempat / Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek lokasi penelitian;
b.	Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan;
c.	Setelah pelaksanaan kegiatan dimaksud menyerahkan hasilnya kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kudus;
d.	Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedang pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon dengan menyertakan hasil penelitian sebelumnya;
e.	Surat rekomendasi ini dapat diubah apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.	
Kudus, 08 Februari 2023 A.n KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK Sekretaris	
 SRI PUJI ASTUTI, SH Pembina Tk.I NIP. 19651231 199508 2 001	



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 570/Un.10.5/D1/PG.00.00/02/2023
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

01 Februari 2023

Yth :
Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus
di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : MUHAMMAD ZAKI SHOWABI
Nim : 1905026117
Semester : VIII
Jurusan / Prodi : S1 EKONOMI ISLAM
Alamat : Ngetuk Ngembal Rejo Kec. Bae, Kab. Kudus, 10/01
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP
PENDAPATAN PARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus pada
Konsumen, Pedagang Ritel Pasar Tradisional dan Ritel
Modern di Wilayah Kudus)
Waktu Penelitian : 13-14 Februari 2022
Lokasi Penelitian : Kompleks Perkantoran Mejobo, Jl. Mejobo No. 45, Mlati Kidul,
Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Lembagaan,



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 2

DAFTAR PERTANYAAN DINAS PERDAGANGAN

A. Pasar Modern

1. Berapa jumlah ritel modern di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana asal mula munculnya ritel modern di Kabupaten Kudus?
3. Kapan pertama kali munculnya pasar modern di Kabupaten Kudus?
4. Dimana pertama kali munculnya pasar modern di Kabupaten Kudus?
5. Apa saja faktor yang mendukung perkembangan ritel modern sehingga ritel modern menjadi semakin menjamur di Kabupaten Kudus?
6. Apa dampak dari keberadaan ritel modern di Kabupaten Kudus pada para pedagang pasar tradisional?
7. Mengapa keberadaan pasar modern menjadi ancaman bagi keberlangsungan ritel tradisional?

B. Pasar Tradisional

1. Berapa jumlah dari pasar tradisional di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana asal mula munculnya ritel tradisional di Kabupaten Kudus?
3. Kapan pertama kali munculnya pasar moden di Kabupaten Kudus?
4. Dimana pertama kali munculnya pasar modern di Kabupaten kudus?
5. Apa saja faktor yang menjadi penyebab kemunculan ritel tradisional di Kabupaten Kudus?
6. Bagaimana keberadaan ritel-ritel tradisional setelah adanya ritel modern di Kabupaten Kudus?

C. Dinas Perdagangan

1. Bagaimana peran Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus dalam menangani hal pro dan kontra masyarakat prihal pembangunan pasar modern?
2. Bagaimana bentuk pemantauan pengelolaan pasar tradisional?
3. Bagaimana bentuk pengawasan, dan pengendalian sarana perdagangan di pasar tradisional?
4. Siapa yang bertanggung jawab terhadap pemantauan, pengawasan dan pengendalian perdagangan di pasar tradisional?

5. Apa strategi yang diberikan Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus untuk para pedagang ritel tradisional yang terkena dampak negatif dari pembangunan pasar modern yang sudah beroperasi?
6. Mengapa menggunakan strategi tersebut, apakah berdampak baik untuk para pedagang ritel tradisional?
7. Apa kendala yang dihadapi Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus?

WAWANCARA PEDAGANG RITEL TRADISIONAL

1. Karakteristik Informan Ritel Tradisional
 - a. Nama :.....
 - b. Umur :.....
 - c. Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan
 - d. Pengalaman Berdagang :tahun
 - e. Barang Jualan :.....
2. Kapan bapak/ibu berdagang di pasar tradisional ini?
3. Siapa pembeli yang berbelanja di toko bapak/ibu ini, apakah orang yang bertempat tinggal di sekitar toko dan bapak/ibu kenali atau orang yang bertempat tinggal jauh dari toko bapak/ibu dan tidak dikenali?
4. Siapa saja pembeli yang berbelanja di toko bapak/ibu ini, dari kalangan apa saja?
5. Apakah keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap usaha bapak/ibu?
6. Apakah pasar modern memiliki dampak negative terhadap usaha bapak/ibu?
7. Apakah keberadaan pasar modern mengancam eksistensi usaha bapak/ibu?
8. Berapa modal bapak/ibu dalam menjalankan usaha ini?
9. Adakah upaya untuk menambah modal usaha?
10. Berapa keuntungan (profit) perbulan sebelum adanya ritel modern pada toko bapak/ibu?
11. Berapa jumlah pembeli perbulan pada toko bapak/ibu?

12. Setelah berdirinya ritel modern di lingkungan bapak/ibu, apakah anda merasakan adanya perubahan terhadap keuntungan (profit) perbulan pada toko bapak/ibu?

13. Setelah berdirinya ritel modern di lingkungan bapak/ibu, apakah anda merasakan ada perubahan jumlah pembeli perbulan pada toko bapak/ibu?

No	Ritel Tradisional dari Segi	Sebelum adanya Ritel Modern	Setelah adanya Ritel Modern
1	Keuntungan (Profit)		
2	Pendapatan		
3	Jumlah Pembeli		

14. Adakah dampak lain yang disebabkan oleh keberadaan pasar modern terhadap usaha bapak/ibu?

15. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern seperti menerapkan strategi pemasaran baru?

16. Strategi pemasaran baru apa yang bapak/ibu terapkan?

17. Mengapa bapak/ibu memilih strategi pemasaran tersebut?

18. Dimana bapak/ibu biasanya membeli barang dagangan, mengapa?

19. Adakah bapak/ibu menjual barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar modern untuk menarik pelanggan?

20. Apakah bapak/ibu menerapkan sistem diskon atau potongan harga dalam usaha ini?

21. Adakah kendala yang dihadapi selama berdagang?

22. Harapan bapak/ibu kepada pemerintah daerah setempat atau para pengelola pasar untuk pengembangan pasar/ritel tradisional kedepannya?

Lampiran 3

BIODATA INFORMAN

A. Informan Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus

1. Nama : Minan Mochammad
Umur : 53 Tahun
Pekerjaan : Kepala Bidang Fasilitas Perdagangan, Promosi dan
Perlindungan Konsumen Dinas Perdagangan (Disdag)
Kabupaten Kudus
Agama : Islam

2. Informan Pedagang Pasar Kliwon Kabupaten Kudus

1. Nama : Nurul (NR)
Umur : 43 Tahun
Barang Jualan : Sayur dan bumbu dapur
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
2. Nama : Muhammad Selamat (MS)
Umur : 52 Tahun
Barang Jualan : Pakaian laki-laki
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Nama : Siti Solikha (SS)
Umur : 31 Tahun
Barang Jualan : Pakaian perempuan
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
4. Nama : Tolkan (TI)
Umur : 30 Tahun
Barang Jualan : Perabot rumah tangga
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki

5. Nama : Aenur Rahman (AR)
 Umur : 60 Tahun
 Barang Jualan : Pakaian laki-laki
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
6. Nama : Arifin Fanani (AF)
 Umur : 45 Tahun
 Barang Jualan : Kelontong
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
7. Nama : Ahmad Tohir (AT)
 Umur : 43 Tahun
 Barang Jualan : Kelontong
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
8. Nama : Ida (Id)
 Umur : 40 Tahun
 Barang Jualan : Buah-buahan
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
9. Nama : Ita (It)
 Umur : 45 Tahun
 Barang Jualan : Sayur-sayuran
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
10. Nama : Tatik (Tk)
 Umur : 48 Tahun
 Barang Jualan : Pakaian perempuan
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
11. Nama : Budi (Bd)
 Umur : 40 Tahun

- Barang Jualan : Perabot rumah tangga
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
12. Nama : Tomo (Tm)
 Umur : 49 Tahun
 Barang Jualan : Buah-buahan
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
13. Nama : Mustofa (Ms)
 Umur : 48 Tahun
 Barang Jualan : Kelontong
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
14. Nama : Sugianto (Sg)
 Umur : 34 Tahun
 Barang Jualan : Ikan
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
15. Nama : Azizah (Az)
 Umur : 37 Tahun
 Barang Jualan : Pakaian perempuan
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
16. Nama : Edy Siswanto (ES)
 Umur : 68 Tahun
 Barang Jualan : Kelontong
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Laki-laki
17. Nama : Dwi (Dw)
 Umur : 35 Tahun
 Barang Jualan : Kosmetik
 Agama : Islam

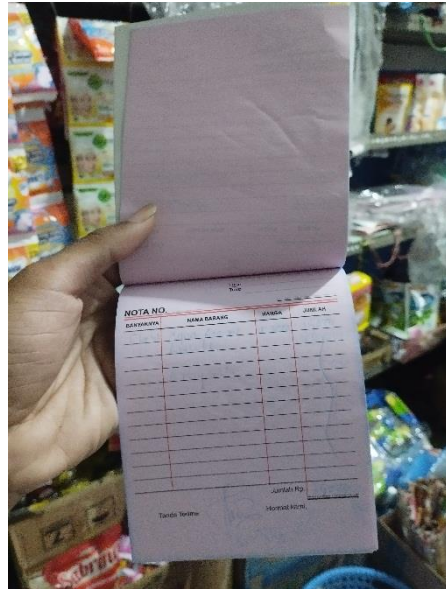
- Jenis Kelamin : Perempuan
18. Nama : Ziyad (Zi)
- Umur : 33 Tahun
- Barang Jualan : Kelontong
- Agama : Islam
- Jenis Kelamin : Laki-laki
19. Nama : Rully (Rl)
- Umur : 40 Tahun
- Barang Jualan : Ikan
- Agama : Islam
- Jenis Kelamin : Laki-laki
20. Nama : Rozaq (Rz)
- Umur : 58 Tahun
- Barang Jualan : Pakaian Laki-laki
- Agama : Islam
- Jenis Kelamin : Laki-laki

Lampiran 4

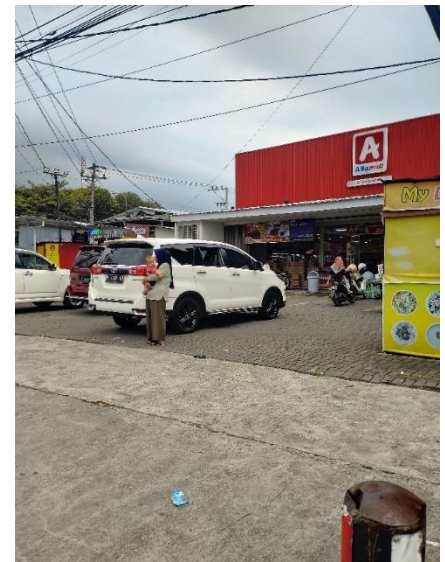
Wawancara Dinas Perdagangan Kabupaten Kudus



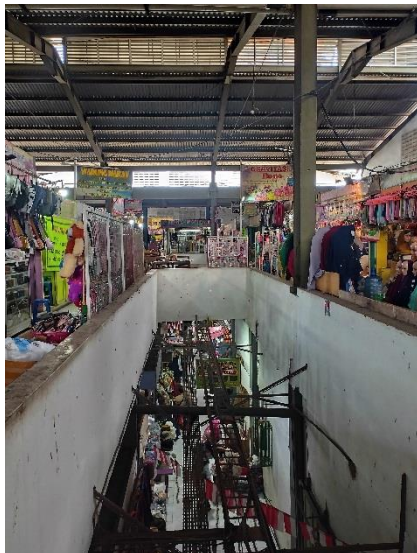
Wawancara dengan Para Pedagang Pasar Kliwon Kabupaten Kudus



Dokumentasi Observasi Pasar Modern



Dokumentasi Observasi Pasar Kliwon Kabupaten Kudus



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Zaki Showabi
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 07 Desember 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Rumah : Ngetuk Ngembal Rejo, 10/01, Bae, Kudus
Telepon : 089525686122

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. Tahun 2007 – 2013 : MI Darul Ulum 02
2. Tahun 2013 – 2016 : MTs NU TBS Kudus
3. Tahun 2016 – 2019 : MA NU TBS Kudus
4. Tahun 2019 – : S.1 UIN Walisongo Semarang, Prodi Ekonomi Islam

III. PENDIDIKAN NON FORMAL

1. Tahun 2013 -2019 : Pon-Pes Tasywiquth Thullab (TBS) Putra Kudus

Daftar Riwayat Hidup ini saya buat berdasarkan fakta yang sebenarnya, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hormat saya,

Muhammad Zaki Showabi