

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam bahasa latin dapat ditelusuri melalui akar dari kata *mercatus* yang memiliki makna berdagang atau tempat berdagang. Terdapat tiga makna yang berbeda di dalam pengertian tersebut: satu, pasar dalam artian fisik; dua, dimaksudkan sebagai tempat mengumpulkan; dan tiga, hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada suatu *market place*. Sedangkan pengertian pasar merupakan kata serapan dari bahasa Parsi yaitu *bazar*, lewat bahasa arab bermakna suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencapai segala aspek dari masyarakat, dan suatu dunia sosial budaya yang lengkap dalam sendirinya.¹⁷

Berdasar Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹⁸ Boediono berpendapat dalam Ilmu Ekonomi definisi

¹⁷ Damsar dan Indriyani, *Pengantar Sosiologi Pasar*, (Jakarta: Prenadamedia Group), hlm. 9

¹⁸ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern Pasal 1

pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam kehidupan sehari-hari. Dalam ilmu ekonomi pasar merupakan dimana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun seperti beras, sayur-mayur hingga jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi memiliki pasarnya sendiri-sendiri.¹⁹

Menurut W.J. Stanton pasar merupakan tempat berkumpulnya orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja, serta kemauan untuk membelanjakannya. Dapat disimpulkan sesuatu disebut pasar apabila terdapat tiga syarat utama diantaranya: sekumpulan orang, daya beli (uang), dan kemauan untuk membeli barang maupun jasa.²⁰ Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual yang memiliki kemampuan untuk menjual barang maupun jasa, dan pembeli yang memiliki uang untuk membeli barang dan jasa dengan harga tertentu. Di dalam pasar terjadi interaksi antara penjual dengan pembeli dan merupakan pusat yang memiliki ciri pokok terjadinya tukar menukar yang menyatukan kehidupan ekonomi. Terdapat tiga unsur dalam pasar yaitu meliputi: penjual, pembeli, dan barang dan jasa yang tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Bertemunya antara penjual dan pembeli menimbulkan terjadinya transaksi jual beli. Namun, tidak semua orang yang datang ke pasar melakukan transaksi jual beli, ada

¹⁹ Boediono, *Ekonomi Internasional*, (Yogyakarta: BFFE, 2000), hlm. 28

²⁰ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), hlm. 84

yang datang ke pasar hanya untuk main atau mencari seseorang untuk mendapatkan informasi tentang sesuatu.

2. Jenis Pasar

Pasar dibagi berdasarkan jenis ukurannya, diantaranya:²¹

- a. Berdasarkan luas geografisnya pasar dibedakan menjadi:
 - 1) Pasar lokal, yaitu pertemuan antara penjual dengan pembeli yang berada pada suatu daerah. Produk yang dijual berhubungan dengan kebutuhan pokok yang umumnya berjumlah terbatas dan untuk memenuhi kebutuhan lokal.
 - 2) Pasar Regional, yaitu pertemuan antara penjual dan pembeli yang umumnya terjadi permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa serta produk yang dijual untuk memenuhi kebutuhan daerah/wilayah regional. Umumnya jenis pasar ini berukuran besar dan menjadi simbol suatu daerah.
 - 3) Pasar Nasional, yaitu pasar yang menjual dan membeli produk dalam suatu negara tempat produk tersebut dihasilkan.
 - 4) Pasar Internasional, yaitu pasar yang menjual dan membeli berbagai produk yang dihasilkan oleh suatu negara untuk dipasarkan ke negara lain.

²¹ Nyoman Suartha, *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan: Studi Kasus di Kabupaten Gianyar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 11-13

- b. Berdasarkan ukuran waktu pasar dibedakan menjadi:
- 1) Pasar Harian, yaitu pertemuan antara penjual dengan pembeli yang dapat dilakukan setiap hari dan sebagian barang yang diperjualbelikan merupakan bahan kebutuhan sehari-hari.
 - 2) Pasar Mingguan, yaitu pertemuan antara penjual dengan pembeli yang berlangsung selama seminggu sekali. Pasar mingguan biasanya terdapat di daerah yang lokasi pemukimannya berjauhan dan belum padat penduduk.
 - 3) Pasar Bulanan, yaitu pertemuan antara penjual dengan pembeli yang berlangsung sebulan sekali. Jenis barang yang diperjualbelikan di pasar bulanan merupakan barang yang akan dijual kembali (agen/grosir).
 - 4) Pasar Tahunan, yaitu pertemuan antara penjual dengan pembeli yang berlangsung setahun sekali.
- c. Berdasarkan barang yang diperjualbelikan pasar dibedakan menjadi:
- 1) Pasar Barang Konsumsi, yaitu pertemuan antara permintaan dan penawaran barang untuk memenuhi kebutuhan manusia.
 - 2) Pasar Sumberdaya Produksi, yaitu pertemuan antara permintaan dan penawaran faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tenaga ahli, mesin-mesin dan tanah.

- d. Berdasarkan bentuknya pasar dibedakan menjadi:²²
- 1) Pasar Persaingan Sempurna, yaitu pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli yang menghasilkan barang atau jasa relatif sama.
 - 2) Pasar Monopoli, yaitu pasar dimana hanya terdapat satu penjual dan barang yang dihasilkan tidak memiliki barang pengganti.
 - 3) Pasar Persaingan Monopolistis, yaitu pasar dimana terdapat banyak penjual yang menghasilkan barang dengan jenis produk yang berbeda baik dalam hal kualitas, bentuk, ukuran maupun kemasannya.
 - 4) Pasar Oligopoli, yaitu pasar yang terdiri dari beberapa penjual dan banyak pembeli. Barang yang dihasilkan relatif sama namun memiliki perbedaan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing.

B. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Berdasar Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007 pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa

²² Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 231

took, 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. Pasar menurut Wiryomartono merupakan kata benda yang memiliki sinonim yaitu peken, sedangkan kata kerjanya adalah mapeken yang artinya berkumpul, tempat berkumpul untuk jual beli.²³

Pasar tradisional merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli dan masih berpegang pada norma dan kebiasaan yang ada secara turun temurun.²⁴ Adapun kebiasaan tersebut berupa kegiatan tawar menawar antara pedagang dan pembeli yang bertemu secara langsung sehingga terjadi komunikasi antara sesama pedagang maupun antara pedagang dengan pembeli. Barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional adalah barang kebutuhan pokok seperti bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang-barang elektronik, jasa dan lain-lain. Pedagang di pasar tradisional mayoritas adalah pedagang dengan modal kecil yang menjual berbagai jenis barang dan jasa. Dan di pasar tradisional inilah terjadi transaksi jual beli bahkan dikenal sebagai pusat perdagangan.

Pasar tradisional memiliki keunggulan bersaing yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Keunggulan tersebut diantaranya

²³ Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 1

²⁴ Yulia Nurliani Lukito, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional Melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 17

lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, serta sistem tawar menawar yang menunjukkan kedekatan antara penjual dengan pembeli. Selain memiliki keunggulan bersaing, pasar tradisional memiliki kelemahan dan telah menjadi representasi yang sulit untuk diubah. Kelemahan utama dari pasar tradisional yaitu kondisi pasar yang kumuh dan kotor. Selain itu kualitas barang, sistem penyimpanan barang dagangan yang kurang baik sehingga kesegaran barang yang diperjualbelikan berkurang, tata ruang, tata letak, serta jam operasional pasar tradisional yang terbatas. Penataan barang dagangan di pasar tradisional yang kurang menarik menyebabkan pasar tradisional kurang dilirik oleh masyarakat. Kemudian masalah keamanan dan kenyamanan dalam berbelanja di pasar tradisional yang masih kurang sehingga membuat konsumen enggan untuk berbelanja di pasar tradisional.

2. Peran Pasar Tradisional

Keberadaan pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting terutama berkaitan dengan aspek ekonomi dan tempat transaksi jual-beli. Hal ini disebabkan pasar tradisional memegang peranan sosial yang menyediakan berbagai kebutuhan harian, barang-barang keperluan lain dan pelayanan pada daerah sekitar pasar. Selain itu pasar memiliki peranan ekonomi yang mendukung aktivitas ekonomi masyarakat atau wilayah dan menghasilkan keuntungan bagi yang terlibat dalam

perdagangan ataupun pendapatan bagi daerah sekitar pasar. Aktivitas ekonomi di pasar tradisional dapat terlihat dari digunakannya pasar sebagai wadah yang dimanfaatkan oleh berbagai pihak diantaranya petani dan nelayan untuk menjual hasil bumi, serta pemilik usaha mikro, kecil dan menengah terutama yang menghasilkan produk berupa makanan, minuman, pakaian, souvenir, barang-barang kerajinan (bambu, tanah liat) serta bahan kebutuhan lainnya. Melalui peran ini keberadaan pasar tradisional secara tidak langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan produk domestik regional bruto, pendapatan masyarakat, peningkatan kesempatan kerja serta penurunan tingkat kemiskinan.²⁵

C. Pendapatan Pedagang

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan hasil bekerja (usaha dan sebagainya), penghasilan dan pencarian.²⁶ Sedangkan dalam kamus manajemen, pendapatan didefinisikan sebagai uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.²⁷ Mauna Naga mendefinisikan pendapatan merupakan sejumlah uang

²⁵ Tulus Tambunan, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*, (Bogor: IPB Press, 2020), hlm. 9

²⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 317

²⁷ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 230

yang diterima oleh seseorang atau lebih anggota keluarga dari hasil jerih payah kerjanya.²⁸ Sadono Sukirno mengemukakan pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh seseorang atas jerih payah kerjanya selama periode tertentu baik harian, bulanan, maupun tahunan.²⁹ Reksoprayitno mengemukakan pendapatan merupakan penerimaan total yang diperoleh pada periode tertentu.³⁰

Pendapatan dapat didefinisikan sebagai hasil yang diperoleh dari kegiatan produksi dengan menggunakan sumberdaya yang berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan keterampilan (skill). Pendapatan dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat. Hal ini disebabkan dengan pendapatan dapat melihat kemampuan masyarakat untuk pengeluaran konsumsi atau kebutuhan hidup.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang.³¹ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Pada umumnya perbuatan perniagaan adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.³² Menurut Eko Sujatmiko pedangan adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang

²⁸ Mauna Naga, *Makro Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 200

²⁹ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 47

³⁰ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bima Grafika, 2004), hlm. 79

³¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa...*, hlm. 317

³² C.S.T. Kensil dan Christine S.T Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: sinar Grafika, 2008), hlm. 15.

tidak di produksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.³³ Dapat disimpulkan pedagang adalah orang yang menjual barang dagangan untuk memperoleh keuntungan

Dari pengertian pendapatan dan pedagang yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan pendapatan pedagang adalah penghasilan yang diterima pedagang dari kegiatan perniagaan.

2. Jenis Pendapatan

Menurut perolehannya pendapatan dibedakan menjadi:

- a) Pendapatan kotor merupakan pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- b) Pendapatan bersih merupakan pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Sedangkan pendapatan dikelompokkan menjadi:

- a) Pendapatan dari sektor formal merupakan penerimaan yang didapat sebagai bentuk balas jasa atau sebagai bentuk penghargaan atas prestasi yang telah diberikan dari kegiatan formal. Contoh dari pendapatan sektor formal antara lain gaji dan upah.
- b) Pendapatan dari sektor informal merupakan penghasilan yang diperoleh bagi pelaku usaha dari hasil usaha yang memproduksi serta menyalurkan barang dan jasa. Contoh pendapatan dari sektor

³³ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi Media Cetakan 1, 2014), hlm.

informal antara lain yaitu sektor pertanian, usaha rumah tangga (UKM), berdagang ataupun penerimaan yang diperoleh dari hasil penanaman modal (investasi dan sebagainya).

- c) Pendapatan dari sektor subsistem dan pendapatan bukan hasil dari jerih payah.

Pendapatan dari sektor subsistem merupakan biaya yang semestinya dikeluarkan akan tetapi tidak dikeluarkan. Sedangkan pendapatan yang didapat dari bantuan pemerintah atau negara yang disebut sebagai transfer payment.³⁴

3. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

Menurut Basu Swastha dan Irawan faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan meliputi:

- a) Kondisi dan Kemampuan Pedagang

Transaksi jual beli suatu barang atau jasa melibatkan dua pihak yaitu antara penjual dengan pembeli. Penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Sebagai pihak pertama, penjual harus bisa meyakinkan pembeli untuk bisa mencapai sasaran penjualan yang diharapkan dan memperoleh pendapatan yang diinginkan.

- b) Kondisi Pasar

³⁴ Abdul Rahman Suleman, dkk, *Ekonomi Makro*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 71-72

Dalam kegiatan penjualan, pasar berperan sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan barang dan jasa. Adapun faktor kondisi pasar meliputi:

- 1) Jenis pasar
 - 2) Kelompok pembeli atau segmen pasar
 - 3) Frekuensi pembeli
 - 4) Keinginan dan kebutuhan pembeli
- c) Modal

Modal dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Modal dapat diperoleh dari modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri berasal dari tabungan yang disisihkan dari penghasilan di masa lalu kemudian disimpan di rumah ataupun di bank baik dalam bentuk tabungan atau deposito yang disiapkan oleh pemilik usaha dalam memulai usaha. Sedangkan modal pinjaman merupakan sejumlah dana yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Adapun sumber dana modal pinjaman diperoleh dari:

- 1) Pinjamana dari lembaga keuangan bank

Sebagai lembaga keuangan, bank berfungsi sebagai penghimpun dana langsung dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito berjangka. Pinjaman dari lembaga keuangan bank dapat

diperoleh dari perbankan pemerintah, perbankan swasta dan perbankan asing.

2) Pinjaman dari lembaga keuangan non bank

Lembaga keuangan non bank berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dengan menerbitkan surat berharga dan menyalurkannya untuk membiayai investasi suatu perusahaan yang membutuhkan pinjaman. Pinjaman dari lembaga keuangan non bank diperoleh dari perusahaan pegadaian, modal ventura, dana pension, perusahaan efek, koperasi atau lembaga pinjaman lainnya.³⁵

Sedangkan menurut Puji Yuniarti, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, diantaranya:³⁶

a) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan pendidikan formal yang ditempuh atau ditamatkan meliputi, SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi dan lainnya.

b) Modal Usaha

Modal usaha digunakan oleh pedagang untuk membeli berbagai bahan dan pengolahannya.

c) Biaya

³⁵ Sari Juliasty, *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), hlm. 5

³⁶ Puji Yuniarti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok", *Widya Cipta*, Vol. 3 No. 1, 2019, hlm. 167

Biaya total yang digunakan oleh pedagang setiap hari berupa biaya operasional, biaya sewa, biaya retribusi, biaya tenaga kerja/upah, dan biaya lainnya (listrik, sampah, transportasi, dan lainnya).

d) Lama Usaha

Lama usaha menunjukkan sudah berapa lama pedagang menjalani kegiatan kegiatan usaha dalam satuan tahun.

e) Jam Kerja

Jam kerja merupakan durasi waktu para pedagang mulai dari membuka usaha sampai menutup usaha dalam satuan jam.

D. Revitalisasi Pasar

1. Pengertian Revitalisasi

Revitalisasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan menghidupkan kembali atau menggiatkan kembali.³⁷ Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia nomor 18/PRT/M/2010 tentang Revitalisasi Kawasan, Revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan/kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya.³⁸ Menurut Danisworo revitalisasi merupakan upaya yang dilakukan untuk menghidupkan ulang suatu kawasan yang sebelumnya pernah menjadi vital atau penting namun

³⁷ Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, *Laporan Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*, (Jakarta: BP2KP, 2015), hlm. 19

³⁸ Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia Nomor 18/PRT/M/2010 Bab I Pasal I

mengalami penurunan yang disebabkan karena perkembangan zaman.³⁹ Revitalisasi diartikan sebagai usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kondisi fisik pasar, memperbaiki dibidang pengelolaan pasar yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan kesejahteraan pedagang, serta mendukung kelancaran pengadaan dan distribusi bahan untuk kebutuhan masyarakat.⁴⁰

2. Prinsip Revitalisasi

Revitalisasi memiliki 4 prinsip diantaranya:⁴¹

a. Fisik

Meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame dan kawasan ruang terbuka.

b. Manajemen

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

³⁹ A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsari, *Efektifitas Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan*, E-Jurnal EP Unud, Vol. 2 No. 5, Mei 2013

⁴⁰ Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern 2019*, (Jakarta: BPS RI, 2019), hlm. 16

⁴¹ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat", diakses dari <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx>, pada tanggal 25 Juni 2021

c. Ekonomi

Meliputi perbaikan fisik kawasan yang berjangka pendek untuk mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal.

d. Sosial

Dengan menciptakan lingkungan yang menarik, dan berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga.

3. Tahapan Revitalisasi

Dalam melakukan revitalisasi memerlukan waktu tertentu dan beberapa tahapan yang harus dilaksanakan. Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan revitalisasi:

1) Intervensi Fisik

Representasi sebuah wilayah sangat berkaitan erat dengan keadaan fisik suatu kawasan. Oleh sebab itu, dilakukannya intervensi fisik sangat penting untuk dapat menarik pengunjung. Dalam melakukan intervensi fisik terdapat beberapa tahapan yang meliputi memperbaiki dan meningkatkan kondisi serta kualitas fisik bangunan, ruang terbuka hijau, sistem penghubung, penanda/reklame dan kawasan ruang terbuka (*urban realm*). Selain itu dalam melakukan intervensi fisik sangat penting untuk tetap memperdulikan kondisi lingkungan.

2) Rehabilitasi Ekonomi

Adanya renovasi fisik suatu kawasan umumnya ditargetkan dalam waktu yang singkat diharapkan dapat menunjang aktivitas perekonomian baik sektor formal dan sektor informal (*local economi development*). Renovasi artefak urban merupakan proses awal dari revitalisas. Oleh sebab itu dari proses renovasi artefak tersebut harus mendukung proses perbaikan sarana dan prasarana ekonomi secara fisik. Dalam revitalisasi ini juga perlu ditingkatkan fungsi campuran sehingga akan mendorong kehiatan ekonomi dan sosial.

3) Revitalisasi sosial/institusional

Revitalisasi suatu wilayah dapat terukur jika lingkungan yang diciptakan tidak hanya berupa tempat yang indah (*beautiful place*) akan tetapi mampu membuat lingkungan yang menarik (*interesting*). Kegiatan dari revitalisasi harus memberikan dampak positif dan mampu meningkatkan kehidupan sosial masyarakat (*public realms*).

E. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan dengan tema yang hampir sama dengan penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan Oktriyandi Alhudha dan Karjuni Dt. Maani⁴², pada tahun 2020 dengan judul “Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang di Kota Padang Panjang”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan revitalisasi yang dilakukan di Pasar Tradisional di Kota Padang Panjang belum optimal sebab relokasi pedagang masih belum tepat yang menyebabkan masyarakat kurang menjelajahi pasar yang menyebabkan pedagang yang berada di lantai dua dan tiga sedikit dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dampak yang ditimbulkan dari dilakukannya revitalisasi belum signifikan sebab masih banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian dan teknik sampling yang digunakan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Muriana, Sri Nuringwahyu dan Dadang Krisdianto⁴³, pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Revitalisasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus pada Pedagang Pasar Terpadu Dinoyo Kota Malang)”. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan revitalisasi yang telah dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan oleh

⁴² Oktriyandi Alhudha dan Karjuni Dt. Maani, *Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang di Kota Padang Panjang*, Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan, Vol. 3 No. 4, 2020

⁴³ Dwi Muriana, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto, *Analisis Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Terpadu Dinoyo Kota Malang)*, JIAGABI, Vol. 9 No.1, Januari 2020

pedagang sebab adanya peningkatan fasilitas infrastruktur sehingga membuat rasa aman dan nyaman. Selain itu pendapatan pedagang rata-rata mengalami peningkatan setelah dilaksanakannya revitalisasi hal ini disebabkan minat pelanggan untuk membeli ulang meningkat sebab kondisi pasar yang menjadi lebih bersih. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian dan pendekatan penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka⁴⁴, pada tahun 2019 dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung”. Penelitian ini menggunakan metode analisis Mc Nemar. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan pedagang mengalami peningkatan setelah dilakukannya revitalisasi pasar. Tata kelola di pasar juga mengalami peningkatan setelah revitalisasi hal ini ditunjukkan oleh kondisi sarana dan fasilitas pasar, keamanan pasar dan pelayanan administrasi pasar. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisis data dan teknik sampling.

⁴⁴ Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung*, E-Jurnal EP Unud, Vol. 8 No. 1, Januari 2019

4. Penelitian yang dilakukan oleh Grace Elica Pingkan Wullur dan Edy Mulyantomo⁴⁵, pada tahun 2018 dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Pelanggan di Pasar Peterongan Semarang”. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan setelah dilakukannya revitalisasi di Pasar Peterongan, pendapatan pedagang mengalami penurunan yang disebabkan oleh konsumen yang berkunjung ke Pasar Peterongan jumlahnya menurun. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah⁴⁶, pada tahun 2016 dengan judul “Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Tumenggungan terhadap Pendapatan Pedagang dan Evaluasi Manajemen Tata kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi menurut Persepsi Pedagang”. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah dilakukannya revitalisasi berbeda secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian sebesar 71%

⁴⁵ Grace Elica Pingkan Wullur dan Edy Mulyantomo, *Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan pelanggan di Pasar Peterongan Semarang*, Majalah Ilmiah Solusi, Vol. 16 No. 3, Juli 2018

⁴⁶ Siti Nur Azizah, *Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar Tumenggungan Pasca Program Revitalisasi Menurut Persepsi Pedagang*, Jurnal Fokus Bisnis, Vol. 15 No. 02, Desember 2016

pedagang merasa pendapatannya meningkat. Sedangkan 29% pedagang mengalami penurunan sebab setelah dilakukannya revitalisasi pedagang mengalami perubahan tempat atau posisi berjualan. Penurunan pendapatan ini lebih banyak terjadi pada pedagang pakaian, sepatu/sandal yang lokasi berdagangnya terletak di lantai 2. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang sebelum dan sesudah dilakukannya revitalisasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik pengambilan sampel.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim dan M. Adenan⁴⁷, pada tahun 2015 dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Kabupaten Situbondo”. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk dampak pendapatan pedagang dan analisis deskriptif kategorisasi untuk dampak terhadap kepuasan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan revitalisasi yang dilakukan di Pasar Asembagus mengalami peningkatan sebab pembeli merasa tertarik dan puas untuk berbelanja di Pasar Asembagus. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan

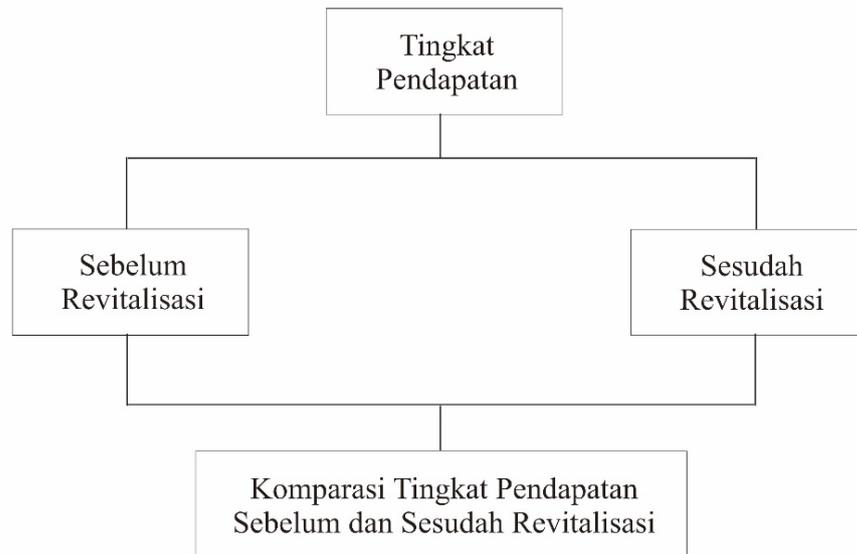
⁴⁷ Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim, M. Adenan, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo*, Jurnal Ekonomi, Vol. 14 No. 7, 2015

pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisis data.

7. Penelitian yang dilakukan oleh I Made Guna Juliarta dan Ida Bagus Darsana pada tahun 2015 dengan judul “Analisis Efektivitas Pasar Tradisional dan Dampaknya terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang”. Penelitian dilakukan dengan menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan setelah dilakukannya revitalisasi di Pasar Nyanggela Desa Panjer memberikan dampak positif terhadap pengelolaan pasar, jumlah kunjungan serta pendapatan pedagang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis data.

F. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara yang kebenarannya harus dibuktikan melalui penelitian. Rumusan hipotesis tersebut yakni:

H_0 : Tidak terdapat perbedaan tingkat pendapatan pedagang antara sebelum dan sesudah dilakukannya revitalisasi pasar

H_a : Terdapat perbedaan tingkat pendapatan pedagang antara sebelum dan sesudah dilakukannya revitalisasi pasar