

Analisis Faktor Keberhasilan Revitalisasi Pasar Ciasem di Kabupaten Subang

Shabila Nurfitriani*, Deden Gandana Madjakusumah, Yayat Rahmat Hidayat

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nfshabila@gmail.com, gandana1959@gmail.com, yayatrahmathidayat@unisba.ac.id

Abstract. The existence of modern markets in Indonesia cannot be denied, in facing competition with modern markets, traditional markets make efforts to revitalize the market so that they are able to compete with modern markets. Likewise, the revitalization that occurred in the Ciasem market as a form of improving the physical condition of the market and increasing buying interest. This study aims to determine the internal factors and external factors in achieving the success of the revitalization of the Ciasem market in Subang Regency. This study uses a quantitative descriptive method, to determine the success of this revitalization, an assessment is needed from each respondent, the respondents in this study are Ciasem market traders who are affected by market revitalization with a total of 60 traders. Based on the results of the analysis, the attention and policies of the Subang Regency Government in revitalizing the Ciasem market in order to maintain the existence of traditional markets can have a fairly good impact and opportunity for traders. The assessment is based on an IFE-weighted score of 3.19 and an EFE-weighted score of 3.91, stating that the Ciasem market has a very favorable situation, and has good opportunities and strengths so that the Ciasem market can take advantage of existing opportunities.

Keywords: *Revitalization, traditional market, SWOT analysis.*

Abstrak. Keberadaan pasar modern di Indonesia tidak bisa dipungkiri perkembangannya, dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern maka pasar tradisional melakukan upaya revitalisasi pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern. Demikian juga revitalisasi yang terjadi di pasar Ciasem sebagai bentuk perbaikan kondisi fisik pasar serta meningkatkan minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dalam pencapaian keberhasilan revitalisasi pasar Ciasem di Kabupaten Subang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, untuk mengetahui keberhasilan revitalisasi ini maka dibutuhkan penilaian dari setiap responden, responden dalam penelitian ini yaitu pedagang pasar Ciasem yang terkena revitalisasi pasar dengan jumlah 60 orang pedagang. Berdasarkan hasil analisis, bahwa perhatian dan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Subang dalam merevitalisasi pasar Ciasem guna mempertahankan keberadaan pasar tradisional dapat memberikan dampak serta peluang yang cukup baik bagi para pedagang. Penilaian tersebut berdasarkan skor nilai tertimbang IFE sebesar 3,19 dan nilai tertimbang EFE sebesar 3,91 menyatakan pasar Ciasem memiliki situasi yang sangat menguntungkan, dan memiliki peluang serta kekuatan yang bagus sehingga pasar Ciasem dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: *Revitalisasi, pasar tradisional, analisis SWOT.*

A. Pendahuluan

Pasar di Indonesia memiliki peran terbesar bagi perekonomian masyarakat salah satunya yaitu pasar tradisional, karena pasar tradisional memungkinkan semua golongan masyarakat untuk membantu membentuk perekonomian. Pasar tradisional juga dapat dijadikan sebagai tempat bagi petani dan nelayan untuk memaksimalkan potensi lokal dalam penjualan produknya, serta sebagai tempat bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan dan memasarkan produknya sehingga dari hal tersebut pasar tradisional juga dapat disebut pasar rakyat.[1]

Akan tetapi seiring perkembangan masyarakat yang semakin pesat dan maju, banyak pasar modern seperti hypermarket dan supermarket yang keberadaannya kini menjadi perhatian publik. Perkembangan pasar modern di Indonesia tidak dapat dipungkiri dan pertumbuhannya lebih cepat dari pasar tradisional.[2] Hal ini dapat dilihat dari berbagai bentuk dan model penjualan. Pasar tradisional masih bertahan dengan model yang lama oleh karena itu fakta ini menjadi salah satu alasan utama mengapa pembeli lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern yang dapat memberikan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Di samping itu yang membuat masyarakat berbelanja di pasar tradisional yaitu untuk membeli sayuran, daging, lauk pauk dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Untuk jenis produk seperti ini, pasar tradisional memang lebih bersaing dengan harga barang yang murah jika dibandingkan dengan produk yang terdapat di pasar modern seperti supermarket yang pada umumnya harga lebih mahal karena disajikan dalam kemasan yang baik dan lebih menarik.[3]

Upaya untuk menghadapi keberadaan pasar modern maka pasar tradisional di Indonesia melakukan perbaikan melalui revitalisasi pasar.[4] Demikian juga revitalisasi pasar yang terjadi di pasar Ciasem sebagai bentuk upaya perbaikan kondisi fisik pasar serta untuk meningkatkan minat beli. Mata pencaharian masyarakat Ciasem salah satunya yaitu dengan cara berdagang di pasar untuk mencukupi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan keluarganya. Berdagang dalam Islam merupakan salah satu bentuk karunia dari Allah SWT yang tujuannya untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi yang melakukannya, serta keutamaan muliannya profesi sebagai pedagang.[5] Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah (2): 198 dan Q.S. An-Nisa (3): 29:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْحَرَامِ ۗ وَاذْكُرُوهُ
كَمَا هَدَيْتُمْ ۗ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila telah bertolak dari ‘Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy’arilharam. Dan Berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 198)

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa [4]: 29)

Adapun pelaksanaan program revitalisasi pasar Ciasem menurut Bupati Subang, yaitu untuk menciptakan kebersihan, keindahan dan meningkatkan kenyamanan bagi para pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli di pasar Ciasem. Selain itu juga tujuan dari revitalisasi ini dapat menambah pengunjung pasar serta dapat memicu perekonomian masyarakat Ciasem Subang dan menjadi langkah awal untuk para pedagang melakukan perubahan dalam pengelolaan pasar sehingga dapat ikut mewujudkan Kabupaten Subang yang maju sejahtera.

Lingkungan organisasi baik internal maupun eksternal dapat menjadi faktor pendukung suatu organisasi, tetapi juga dapat menjadi penghambat bagi suatu organisasi. Tujuan dari analisis lingkungan strategis menurut Tangkilisan adalah untuk mengetahui dampak dan pemilihan strategi yang sesuai dengan tantangan lingkungan organisasi. Analisis lingkungan internal dan eksternal, dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Fred R.

David analisis SWOT (Strengths – Weakness – Opportunities – Threats = Kekuatan – Kelemahan – Peluang – Ancaman) adalah alat analisis yang dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu: Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT.[6]

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana faktor internal dan eksternal dalam pencapaian keberhasilan revitalisasi pasar Ciasem di Kabupaten Subang?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui faktor internal dalam pencapaian keberhasilan revitalisasi pasar Ciasem Subang.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal dalam pencapaian keberhasilan revitalisasi pasar Ciasem di Kabupaten Subang.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Ciasem yang terkena dampak revitalisasi pasar yang berjumlah 105 pedagang.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu random sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 60 pedagang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pasar Ciasem merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Kabupaten Subang, tepatnya di Jl. Raya Pantura, Ciasem Hilir, Kec. Ciasem. Pasar tersebut terletak di wilayah Ciasem yang berada di tengah-tengah wilayah Cikampek dan Pamanukan. Kawasan ini dilintasi jalur pantura yang cukup ramai kendaraan. Keberadaan pasar Ciasem sudah ada sejak tahun 1944. Sebelum mengalami revitalisasi kondisi pasar masih memakai bangunan lama, lantai dasar pasar juga masih berlapis tanah dan dengan sangat mudah terkena banjir jika musim hujan. Pada tahun 2017 pasar Ciasem mengalami revitalisasi atas bantuan Pemerintah Daerah Kabupaten Subang, kemudian pasar tersebut diresmikan pada tanggal 11 Desember 2019. Pasar ini dibangun dengan beberapa sarana dan prasarana yang memadai diantaranya kios sebanyak 22 dan los sebanyak 90.

Revitalisasi dalam arti luas adalah peningkatan infrastruktur untuk menyediakan kebutuhan yang baru secara struktural dan fungsional.[7] Revitalisasi pasar tradisional merupakan salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan kenyamanan serta mengembangkan peran dan fungsi pasar agar dapat bersaing dengan pasar modern.[8] Revitalisasi pasar tradisional secara kesimpulan yaitu memperbaiki kondisi fisik pasar untuk mencegah penurunan daya saing namun tetap mempertahankan karakteristik dan keunggulannya. Upaya revitalisasi pasar dapat dilakukan dengan melakukan 3 tahapan dengan kurun waktu tertentu diantaranya sebagai berikut.

1. Intervensi Fisik

Intervensi fisik merupakan upaya untuk meningkatkan infrastruktur, meliputi perbaikan bangunan, *street furniture*, dan tata letak suatu lahan.

2. Rehabilitas Ekonomi

Rehabilitas ekonomi merupakan upaya menguatkan sistem ekonomi di suatu kawasan, hal ini dapat didukung melalui perbaikan fisik sarana dan prasarana yang dapat mendorong berjalannya perekonomian.

3. Rehabilitas Sosial

Rehabilitas sosial merupakan perbaikan atau peningkatan suatu kawasan yang dapat memberikan dampak sosial yang baik dan dapat menciptakan lingkungan yang menarik untuk meningkatkan kehidupan sosial masyarakat.[9]

Faktor Internal dan Eksternal

Keberhasilan revitalisasi pasar dapat diwujudkan dengan beberapa faktor umum yang dapat mempengaruhinya diantaranya faktor internal dan eksternal. Freddy Rangkuti menjelaskan

menjelaskan bahwasannya faktor internal dan eksternal memiliki beberapa indikator diantaranya, kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Kekuatan (*strength*) merupakan sumber daya serta keunggulan yang tidak dimiliki pesaing dan suatu kebutuhan pasar yang hanya dapat dilayani oleh suatu perusahaan tersebut, kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan sumber daya yang dapat menghambat kinerja suatu perusahaan tersebut, peluang (*opportunities*) merupakan keuntungan di dalam lingkungan bisnis yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, dan ancaman (*threats*) merupakan situasi yang dapat merugikan di dalam lingkungan bisnis seperti halnya adanya kehadiran pesaing baru, perubahan teknologi, ataupun bentuk ancaman lainnya.[10] Pasar Ciasem memiliki beberapa faktor internal dan eksternal dalam mencapai keberhasilan pasar tersebut, penjelasan dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal Pasar Ciasem

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pasar strategis 2. Revitalisasi pasar Ciasem merupakan cara yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan pedagang 3. Adanya sosialisasi diterapkannya program revitalisasi pasar 4. Monitoring yang dilakukan oleh Dinas guna menunjang keberhasilan program revitalisasi pasar Ciasem 5. Fasilitas pendukung program revitalisasi memadai (lapak pengganti sementara) 	<p>Peluang:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pemerintah dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional 2. Perhatian pemerintah terhadap pertumbuhan pasar tradisional 3. Kebijakan revitalisasi pasar tradisional menuju pasar yang sehat dan bersih 4. Masyarakat masih sangat membutuhkan adanya pasar tradisional 5. Pangsa pasar luas
<p>Kelemahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pasar sering terkena banjir 2. Kebersihan lingkungan pasar kurang baik 3. Kesadaran pedagang dalam menjaga kebersihan masih kurang 4. Jaminan kualitas produk dari barang dagangan kurang baik 5. Keamanan pasar tradisional kurang baik 	<p>Ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pasar modern terus meningkat (seperti adanya supermarket dan minimarket) 2. Persaingan antara Pasar tradisional lain 3. Kestabilan harga produk dan banyaknya potongan harga pada pasar modern 4. Produk yang dijual di Pasar modern lebih berkualitas 5. Perubahan gaya hidup modern

Sumber: Data Penelitian yang sudah diolah, 2022

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan strategi dengan menggunakan matriks SWOT untuk menentukan keputusan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi suatu perusahaan dengan menyesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Pada matriks SWOT nantinya akan diberikan beberapa alternatif strategi yang mendukung pengembangan potensi perusahaan diantaranya:

1. Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memperoleh dan mengembangkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, yaitu Menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada.
3. Strategi WO, yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi WT, yaitu perusahaan yang meminimalkan kelemahannya serta menghindari berbagai ancaman sebaik mungkin.

Tabel 2. Matriks SWOT Pasar Ciasem

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pasar strategis 2. Revitalisasi pasar Ciasem merupakan cara yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan pedagang 3. Adanya sosialisasi diterapkannya program revitalisasi pasar 4. Monitoring yang dilakukan oleh Dinas guna menunjang keberhasilan program revitalisasi pasar Ciasem 5. Fasilitas pendukung program revitalisasi memadai (lapak pengganti sementara) 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pasar sering terkena banjir 2. Kebersihan lingkungan pasar kurang baik 3. Kesadaran pedagang dalam menjaga kebersihan masih kurang 4. Jaminan kualitas produk dari barang dagangan kurang baik 5. Keamanan pasar tradisional kurang baik
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pemerintah dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional 2. Perhatian pemerintah terhadap pertumbuhan pasar tradisional 3. Kebijakan revitalisasi pasar tradisional menuju pasar yang sehat dan bersih 4. Masyarakat masih sangat membutuhkan adanya pasar tradisional 5. Pangsa pasar luas 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pengelolaan fungsi pasar. • Meningkatkan perluasan pangsa pasar 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah 2. Menjamin kemudahan dalam peminjaman modal bagi pedagang, melalui kerjasama dengan lembaga perbankan 3. Meningkatkan keamanan pasar
<p style="text-align: center;">THREATS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pasar modern terus meningkat (seperti adanya supermarket dan minimarket) 2. Persaingan antara Pasar tradisional lain 3. Kestabilan harga produk dan banyaknya potongan harga pada pasar modern 4. Produk yang dijual di Pasar modern lebih berkualitas 	<p style="text-align: center;">STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan sosial media sebagai media promosi. 2. Meningkatkan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia 2. Melakukan pembinaan kepada para pedagang untuk merubah pola pikir mengenai strategi pemasaran agar menarik minat pengunjung

5. Perubahan gaya hidup modern		
--------------------------------	--	--

Matriks SWOT pada tabel 2 tersebut dihasilkan empat sel alternative strategi yang dapat disimpulkan dalam usaha menghadapi persaingan yang kompetitif.

Strategi SO yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Meningkatkan pengelolaan fungsi pasar

Pasar merupakan tempat sarana distribusi barang dan jasa antara penjual dan pembeli, dalam meningkatkan kesejahteraan pasar perlu perencanaan, evaluasi untuk mengendalikan tugas-tugas dibidang pengelolaan pasar. Serta membangun hubungan baik dengan pengelola pasar.

2. Meningkatkan perluasan pangsa pasar.

Pangsa pasar merupakan salah satu strategi yang akan meningkatkan pendapatan. Besarnya keseluruhan pasar yang dikuasai oleh industri perusahaan sehingga banyaknya produk yang diminta dapat dihasilkan dan terpenuhi oleh suatu industri perusahaan.

Strategi WO yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah.

Pengelola pasar dapat meningkatkan kerjasama yang baik dengan Pemerintah Daerah sehingga dapat memberikan manfaat baik bagi para pedagang pasar, salah satunya dengan memberikan pembinaan ataupun saran yang dapat membangun pengelolaan fungsi pasar.

2. Menjamin kemudahan dalam peminjaman modal bagi pedagang, melalui kerjasama dengan lembaga perbankan.

Salah satu permasalahan bagi para pelaku usaha yaitu dalam hal modal usaha untuk meningkatkan produk penjualannya. Kesejahteraan pasar dapat dilakukan dengan cara.

3. Meningkatkan keamanan pasar.

Keamanan sangat penting bagi kenyamanan konsumen yang berbelanja di pasar, dalam hal ini pengelola pasar diperlukan untuk membangun keamanan yang khusus.

Strategi ST yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Penggunaan sosial media sebagai media promosi.

Seiring perkembangan waktu sosial media banyak sekali digunakan untuk berbagai kebutuhan salah satunya sebagai media untuk melakukan pembelian secara online. Strategi ini dapat dimanfaatkan oleh para pedagang atau pengusaha untuk memperluas pemasaran produknya. Pemasaran produk dapat dilakukan secara online maupun dengan menggunakan media cetak, contohnya membuat brosur ataupun kupon belanja.

2. Meningkatkan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar.

Inovasi produk merupakan salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan produk agar dapat menyesuaikan kebutuhan pasar. Banyak hal yang bisa dilakukan salah satunya dengan memperbaiki kemasan produk dan menggunakan metode promosi. Selain itu produk yang diperjualkan harus di jaga kualitasnya agar dapat menarik minat konsumen.

Strategi WT yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia
2. Melakukan pembinaan kepada para pedagang untuk merubah pola pikir mengenai strategi pemasaran agar menarik minat pengunjung

Strategi yang dapat dilakukan seperti mempertahankan harga barang yang lebih rendah dari harga di pasar modern namun kualitas barang masih tetap terjaga.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT hasil observasi untuk faktor keberhasilan revitalisasi pasar Ciasem Subang yaitu:

1. Pasar Ciasem memiliki kekuatan yang bagus diantaranya lokasi pasar yang strategis, serta program revitalisasi pasar yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan pedagang.
2. Kelemahan dari pasar Ciasem yaitu keamanan, kebersihan serta jaminan produk pasar yang kurang diperhatikan.
3. Peluang yang dimiliki oleh pasar Ciasem antara lain masyarakat yang masih

membutuhkan keberadaan pasar serta tindakan pemerintah yang tepat guna mempertahankan keberadaan pasar Ciasem.

4. Ancaman bagi pasar Ciasem yaitu adanya perubahan gaya hidup modern serta adanya pasar modern yang terdapat di sekitar wilayah Ciasem.

Acknowledge

Pada kesempatan ini saya ucapkan terimakasih kepada kedua orangtua yang senantiasa memberikan banyak dukungan, motivasi serta doa dan harapannya. Tidak lupa juga saya ucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Deden Gandana Madjakusumah, Ir., M. Si. Selaku pembimbing I dan Bapak Yayasan Rahmat Hidayat., S. Pd., M.E. Sy. Selaku pembimbing II yang telah membimbing dan meberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini. Saya juga sangat berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah ikut andil dan mendukung penelitian ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebbaikannya.

Daftar Pustaka

- [1] [1] N. Yuliyani and R. Khoirudin, "Analisis Efektifitas Investasi Revitalisasi Pasar Prambanan di Sleman Yogyakarta.," *J. SEKURITAS (Saham, Ekon. Keuang. dan Investasi)*, vol. 4, no. 2, p. 144, 2021, doi: 10.32493/skt.v4i2.7447.
- [2] [2] I. G. N. A. A. Arimbawa and A. A. I. N. Marhaeni, "Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur," *J. Kependud. dan Pembembangan Sumber Daya Mns.*, vol. 8, no. 1, pp. 18–26, 2017.
- [3] [3] D. Restu, N. Paramita, and D. R. Mangeswuri, "Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia," *J. Ekon. Kebijak. Publik*, vol. 2, no. 1, pp. 313–336, 2010.
- [4] [4] A. I. Masitha, "Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang," *J. Sosek Pekerj. Umum*, vol. 2, no. 1, pp. 41–55, 2010.
- [5] [5] F. S. Muhammad Adnan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *J. Sharia Econ.*, vol. 3, no. 1, pp. 68–82, 2022, doi: 10.22373/jose.v3i1.1541.
- [6] [6] B. A. A. Nugroho and H. Nurcahyanto, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang," *J. Public Policy Manag. Rev.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–11, 2016, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/10431/10133>
- [7] [7] S. Rukayah, "Konservasi arsitektur," vol. 1, no. 2, pp. 21–32, 2019, [Online]. Available: <https://toaz.info/doc-viewer%0Ahttp://eprints.undip.ac.id%0Ahttps://dspace.uui.ac.id>
- [8] [8] J. Poti and M. Mahadiansar, "Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional : Studi Pasar Akau Potong Lembu Kota Tanjungpinang," *Kolaborasi J. Adm. Publik*, vol. 6, no. 3, pp. 294–309, 2020, doi: 10.26618/kjap.v6i3.4165.
- [9] [9] A. A. A. R. T. A. K., A. Pudianti, and V. R. Vitasurya, "Revitalisasi Pasar Seni Dan Wisata Gabusan," *J. Terap. Abdimas*, vol. 6, no. 2, p. 175, 2021, doi: 10.25273/jta.v6i2.9181.
- [10] [10] K. Pakpahan, H. Martoyo, and H. Joko Triyono, "Empowerment Strategy of Traditional Market Traders in Nanga Pinoh Melawy Regency," pp. 1–20.
- [11] Rahayu, Ratih, Yusup, Akhmad (2022). *Analisis Kesadaran Hukum dan Perlindungan Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kepemilikan Sertifikat Halal*. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah* 2(2). 129-136.