

Peningkatan Nilai Tawar Pasar Tradisional Melalui *Healthy Market* Berbasis Wakaf

Muchamad Rizky Fauzi*, Ahmad Sirri**, Fariz Chandra Ramadhan***

mrizkyfauzi77@gmail.com, ahmadsirri@unukaltim.ac.id, Chandraramadhan1997@gmail.com

*Institut Agama Islam Nahdaltul Ulama (IAINU) Tuban

**Universitas Nahdaltul Ulama (UNU) Kalimantan timur

***Politeknik Negeri Bandung, Jawa Barat

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 07 November 2021

Disetujui: 05 Desember 2021

Key word:

Healthy market, waqf fund, traditional market.

Kata kunci:

Healthy market, dana wakaf, pasar tradisional.

ABSTRAK

Abstract: *The amount of traditional markets in Indonesia is enormous. However, the development of traditional markets is not proportional to the number. The emergence of modern shopping centers has made traditional markets gradually decline. The purpose of this study is to determine the concept of healthy markets based on cash waqf as means of increasing the competitiveness of traditional markets. This study used a descriptive qualitative method by conducting interviews with several sources. This research shows that there are 3 (three) stages in the cash waqf fund-based traditional market competitiveness in the cash waqf-based Healthy Market program, there are: 1) repairment and development of infrastructure, 2) creating healthy and environmentally friendly markets and 3) empowerment of SME.*

Abstrak: Jumlah Pasar Tradisional di Indonesi sangatlah banyak. Akan tetapi perkembangan pasar tradisional tidak sebanding dengan jumlahnya. Munculnya pusat-pusat perbelanjaan modern menjadikan pasar tradisional sedikit demi sedikit mengalami kemunduran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep *Healthy Market* berbasis wakaf tunai sebagai sarana peningkatan daya saing pasar tradisional. Paper ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara pada beberapa narasumber. Penelitian ini memberikan hasil bahwa peningkatan daya saing pasar tradisional berbasis dana wakaf tunai terdapat 3 (tiga) tahap dalam program *Healthy Market* berbasis wakaf tunai antara lain: 1) perbaikan dan pembangunan infrastruktur, 2) menciptakan pasar sehat dan ramah lingkungan dan 3) pemberdayaan UMKM.

PENDAHULUAN

Alfianita et al. (2015) mendefinisikan pasar sebagai suatu tempat untuk menjalankan aktivitas transaksi antara penjual dan pembeli yang berfungsi sebagai penentu nilai suatu komoditas, mengatur kegiatan ekonomi yang terjadi, menyelenggarakan penjatahan bagi para pelaku usaha di pasar, serta mempersiapkan segala sesuatu untuk menghadapi kejadian yang tidak terduga. Dirujuk dari data yang dipublikasikan BPS pada tahun 2018, keberadaan pasar di Indonesia didominasi oleh pasar tradisional dengan jumlah 14.182 pasar dari total 16.021 atau 88,52% dari total pasar secara keseluruhan. Namun, banyaknya jumlah pasar tradisional di Indonesia tidak sesuai dengan jumlah angka keberadaan kantor pengelola pasar tradisional yang tidak lebih dari setengah jumlah pasar tradisional itu sendiri yaitu 37,58%. Padahal, pemerintah daerah telah diberikan amanat oleh Kementerian Dalam Negeri melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Tak terkecuali bagi pasar tradisional yang dikelola pihak swasta juga diwajibkan memiliki pengelolaan yang baik melalui Perpres Nomor 112 tahun 2007 tentang

Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Jika tidak ditangani sebaik mungkin, kemungkinan yang paling parah adalah penurunan kesejahteraan masyarakat di daerah tertentu yang diakibatkan oleh tidak diberdayakannya pasar tradisional yang merupakan tempat yang sangat diminati karena siapapun bisa masuk ke pasar untuk menjajakan produknya. Penurunan kesejahteraan ini juga akan diikuti oleh peningkatan angka pengangguran yang pesat. Hal ini dapat terjadi dikarenakan orang – orang yang berpendidikan rendah sekalipun dapat diserap.

Peningkatan kualitas pasar tradisional menjadi keharusan untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan akses modal bagi para pedagang. Namun, akses tersebut sulit didapatkan pedagang sehingga kesejahteraan pedagang menjadi terhambat. Badan Pusat Statistika menyampaikan bahwa hanya 19,21% dari seluruh pelaku usaha mendapatkan akses penambahan modal dan 80,79% tidak mendapatkan akses tersebut. Terlebih, upaya pembenahan yang khususnya dilakukan pemerintah kurang efektif. Upaya pembenahan yang telah dilakukan pemerintah baru mencapai 47,45% dan sebanyak 53,45% dari seluruh pelaku usaha yang terkena dampak revitalisasi ini tidak mengalami pertumbuhan omset secara signifikan. Sehingga, hal ini bisa diasumsikan bahwa pelaksanaan revitalisasi ini kurang efektif dan diperlukan cara yang jitu untuk melakukannya.

Nelwan & Rumokoy (2017) mengungkapkan Pedagang tradisional harus memberikan strategi menghadapi invasi pasar modern. Dan terjadi Penurunan penjualan pada pedagang ayam karena harga di mall dan minimarket lebih murah daripada pasar tradisional. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sahban & Perwira (2018) menjelaskan bahwa peranan pedagang tradisional di pasar tradisional sangat penting, karena sebagai saluran distribusi utama produk pertanian rakyat Indonesia, akan tetapi saat ini tidak mampu bersaing dengan pedagang di pasar modern. Maka dari itu, diperlukannya suatu kebijakan yang dapat mengakomodasi harapan masyarakat, hasil sandang dan pangan dapat disalurkan dengan mudah dan profesional. Cara alternatif yang bisa dipakai adalah dengan penerapan *Healthy Market* yang dikelola secara modern dan memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya pada masa sekarang ini. Namun, penerapan ini terkendala oleh dana khususnya dana APBN dan juga APBD yang terbatas dan dialokasikan untuk prioritas lainnya. Sehingga, diperlukan dana alternatif yang bisa dijadikan sumber dana guna penerapan *Healthy Market* pada pasar tradisional ini. Sumber dana tersebut ialah dana Wakaf khususnya wakaf tunai. Potensi yang dimiliki oleh dana wakaf ini besar. Dikutip dari Nizar (2016) potensi yang dimiliki oleh dana wakaf ini sangat lah besar. Dengan skenario pesimis dimana 10% dari penduduk beragama Islam berwakaf Rp10.000 setiap bulannya akan berpotensi dana wakaf terkumpul sebanyak Rp197 miliar atau Rp2,36 triliun setiap tahunnya. Lain cerita jika skenario optimis dimana setengah dari penduduk muslim berwakaf Rp10.000 setiap bulannya, maka dana wakaf yang terkumpul adalah sebesar Rp985 miliar per bulan atau Rp11,82 triliun per tahunnya. Maka dari itu, pengalokasian dana wakaf ke penerapan *Healthy Market* nantinya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kegiatan ekonomi pasar tradisional. Peningkatan produktivitas ini berbanding lurus dengan peningkatan nilai dan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Pertumbuhan yang terjadi di daerah akan berakibat baik pula dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

METODOLOGI

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif secara sederhana dapat dikatakan suatu fenomena atau pertanyaan yang melalui aplikasi prosedur secara ilmiah sehingga tujuan dari penelitian kualitatif tersebut merupakan penemuan yang tidak dapat dicapai, sehingga penelitian tersebut menggunakan suatu strategi dengan menggunakan prosedur statistik, selain itu pun kualitatif mendeskripsikan mengenai suatu fenomena yang bersifat alami serta ditampilkan secara naratif (Emami Sigaroodi et al., 2012). Metode penelitian secara rinci atau konkrit dapat menggunakan potret kondisi yang dialami, yang terjadi di suatu lapangan studi sehingga melibatkan upaya-upaya penting dari makna masalah sosial atau kemanusiaan, sehingga terbentuklah suatu penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenology. Selain itu juga dapat mengumpulkan data secara spesifik dari informan secara menganalisis data induktif, memverifikasi, mereduksi, dan menafsirkan (Sun et al., 2020).

Jenis Data

Data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara langsung dari pihak yang bersangkutan melalui wawancara kepada para informan dan narasumber di lapangan, sehingga dapat memberikan data yang konkrit (Khatony et al., 2019). Dengan melakukan wawancara secara langsung dari pihak pertama kepada pengumpul data disebut data primer. Pada proyek pengelolaan wakaf ini penulis mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara. *Interview* atau disebut dengan wawancara yaitu proses komunikasi dua orang berdasarkan ketersediaan dimana pembicaraan tersebut mempunyai tujuan yang sudah ditetapkan dalam proses memahami sebagai landasan utama yang dimana pewawancara memberikan pertanyaan kepada narasumber (Khatony et al., 2019). Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari wawancara itu adalah komunikasi secara langsung kepada informan dengan melakukan sesi tanya jawab mengenai proyek yang penulis buat mengenai pengelolaan wakaf.

Suatu data sekunder dapat mencakup diantaranya dengan cara mempelajari, membaca dan memahami sumber yang sudah tersedia sebelum penelitian dilakukan dengan tujuan tertentu secara tidak langsung yaitu dengan melalui artikel, buku, jurnal, dll (Emami Sigaroodi et al., 2012). Sumber data sekunder juga dapat dilakukan dimana sumbernya telah dibuat oleh orang lain secara tidak langsung sebagai contoh: dokumen, buku, foto serta data statistik yang digunakan untuk sumber penelitian sebagai data pelengkap bila mana tidak adanya informan dalam fungsinya sebagai data primer.

Analisis Data

Pada proyek ini menggunakan analisis data yang lebih kompleks berupa analisis kualitatif dekriptif. Analisis data dapat dilakukan melalui suatu satuan yang dapat dikelola dengan data data yang penting sehingga dapat dipelajari dan memutuskan pada suatu data tersebut sehingga kebenaran hasil data tersebut dapat digunakan melalui teknik sehingga data tersebut valid. Diantara analisis data terdapat 3 proses yakni reduksi data, sajian data dan menyimpulkan data (Emami Sigaroodi et al., 2012). Analisis data adalah bagian proses terpenting untuk memecahkan suatu masalah penelitian

dalam metode ilmiah dimana proses pengumpulan data telah selesai dilaksanakan. Analisis dalam data penelitian kualitatif dilaksanakan bersamaan dengan proses pengumpulan data serta berlanjut sampai pertanyaan dapat dijawab sepenuhnya. Dalam prosedur analisis data diantaranya :



Gambar 1 Prosedur Analisis Data

1. Reduksi Data yaitu tahap pertama yang dimana dalam analisis kualitatif penulis melakukan seleksi, merangkum data yang sedemikian jelas akan suatu penelitian yang harus dilakukan melalui pengumpulan data data. Oleh karena itu, penelitian harus melakukan wawancara sebagai subjeknya atas narasumber.
2. Penyajian Data adalah penelitian dalam bentuk rangkuman yang singkat agar data lebih jelas sehingga apabila penyajian tidak sesuai maka penelitian tersebut tidak akan terurai dalam suatu hubungan antara bagan dan kategori.

Menyimpulkan Data yaitu tahap akhir dalam bentuk hasil penelitian yang penulis lakukan yang disebut dengan kesimpulan sementara yang bisa berubah apabila pada tahap pengumpulan data-data tidak sesuai dengan bukti yang kuat dengan hasil wawancara dan observasi lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Pasar Tradisional di Tengah Arus Pasar Modern

Populas penduduk setiap tahunnya mengalami kenaikan. Jumlah penduduk di Indonesia hingga tahun 2018 berjumlah 267,663,435 jiwa. Berdasarkan angka tersebut, jumlah penduduk mengalami kenaikan sebesar 3,017,549 jiwa jika dibandingkan dengan tahun 2017 yang berjumlah 264,645,886 jiwa (*World Bank*, 2018).

Tingginya tingkat populasi penduduk di Indonesia tentunya berpengaruh pada tingkat pengeluaran masyarakat. Semakin banyak populasi masyarakat maka dapat dipastikan banyak juga pengeluaran masyarakat di Indonesia. Pada tabel 1 menunjukkan persentase dan rata-rata pengeluaran rata-rata per kapita dalam satu bulan menurut jenis pengeluarannya. Pengeluaran rumah tangga dibedakan menurut kelompok makanan dan non makanan. Secara umum, dibandingkan dengan tahun 2017 pengeluaran penduduk di tahun 2018 mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 jumlah rata-rata pengeluaran per kapita sebesar Rp. 1.036.497,- per bulan sedangkan pengeluaran rata-rata pengeluaran per kapita tahun 2018 sebesar Rp. 1.124.717. Jadi pada tahun 2018 mengalami peningkatan jumlah rata-rata pengeluaran per kapita sebesar Rp. 88.220,-.

Tabel 1. Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Menurut Jenis Pengeluaran

Uraian	Rata-Rata Pengeluaran		Persentase Pengeluaran (%)	
	2017	2018	2017	2018
Makanan	527.596	556.899	50,90	49,52
Non Makanan	508.451	567.818	49,06	50,48

Total	1.036.497	1.124.717	100	100
-------	-----------	-----------	-----	-----

Sumber : BPS, 2018

Dengan angka pengeluaran penduduk yang tinggi menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan usahanya, khususnya pedagang di pasar tradisional. Tetapi yang menjadi permasalahannya adalah adanya pasar modern yang dapat semakin berkembang di Kota Samarinda. Kehadiran seperti mall dan minimarket memberikan pengaruh signifikan terhadap pasar tradisional. Dengan hadirnya mall dan minimarket, jumlah omzet pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan. Hal ini disebabkan masyarakat konsumtif yang lebih memilih berbelanja di mall.

Beberapa hasil wawancara yang berkaitan dengan pasar tradisional dan pasar modern diungkap oleh informan berikut.

“Saya sangat senang untuk berbelanja di *mall*, lagipula *mall* di Aceh sangat dekat dengan tempat tinggal saya. Saya terkadang memilih untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan pakaian di *mall* karena tempatnya yang lebih bersih ketimbang di pasar tradisional. Selain itu mereka mempunyai banyak pilihan produk dan lebih *up to date* untuk pakaian dan makanan dan minuman yang di jual lebih bervariasi dan higienis. Toko-toko di *mall* juga dilengkapi pencahayaan dan AC sehingga kita bisa melihat detail produk yang lebih jelas. *Mall* juga dilengkapi toko-toko *branded* yang berasal dari luar negeri, membuat saya lebih mudah untuk berbelanja dan memilih produk, kemudian tempat parkir di *mall* memiliki sistem yang jelas, terus tempat parkirnya sangat luas dan aman menjadi salah satu faktor pendorong untuk memilih berbelanja di *mall*. Faktor utama mengapa saya berbelanja di *mall* karena *mall* merupakan tempat *one stop shopping*, dimana saya bisa berbelanja berbagai kebutuhan saya dari ujung rambut sampai ujung kaki” (Rahmiatul Aula – Mahasiswa, 10/5/2020)

Kami menyimpulkan keunggulan pasar modern antara lain: fasilitas yang memadai, lingkungannya bersih, parkir yang aman dan barang dijual lengkap. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mas et al. (2014) dan Nelwan & Rumokoy (2017) menyatakan bagaimana pasar tradisional dapat berkembang, penelitian ini menemukan bahwa mengikuti tren saat ini dan meningkatkan kewirausahaan, agama, kebersihan, layanan, kejujuran, kualitas produk, dan modal sosial mampu meningkatkan kekokohan pedagang. Wawancara juga dilakukan dengan pedagang di pasar tradisional.

“Revitalisasi pasar memang program yang bagus, karena dengan adanya pembenahan dari pemerintah maka akan meningkatkan jumlah pelanggan kami. Bisa dilihat disini fasilitasnya masih belum memadai, bangunan-bangunan perlu diperbaiki, sehingga nantinya kalau sudah direvitalisasi pasti pasar disini akan lebih menarik dan dapat bersaing dengan *mall - mall* yang ada” (Agus-Pedagang, 10/5/2020)

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan pembenahan pasar tradisional dirasa sangat penting untuk meningkatkan daya tawar pasar dalam menarik minat pelanggan untuk berbelanja di pasar tradisional.

Dapat disimpulkan bahwa permasalahan umum dalam pasar tradisional adalah:

1. Masih terdapat pedagang yang tercecer di luar lokasi pasar.
2. Pasar tradisional yang masih memiliki kesan kumuh.
3. Pedagang makanan di pasar yang bersifat siap saji terkesan kurang higienis.
4. Pesaing utama pasar tradisional yakni pasar modern yang semakin menjamur.
5. Kesadaran pedagang yang masih rendah untuk mengembangkan usahanya dan menempati lapak yang telah disediakan.
6. Banyaknya pasar yang berstatus sebagian tanah milik Pemerintah Daerah dan sebagian milik Pemerintah Desa.
7. Terdapat sejumlah pasar yang tidak beroperasi secara maksimal, karena adanya pesaing pasar lain sehingga perlu pemanfaatan lokasi secara efektif.
8. Masih rendahnya kesadaran pedagang dalam membayar retribusi.
9. Masih adanya pasar yang beroperasi pada hari-hari tertentu.

Perkembangan Wakaf di Indonesia

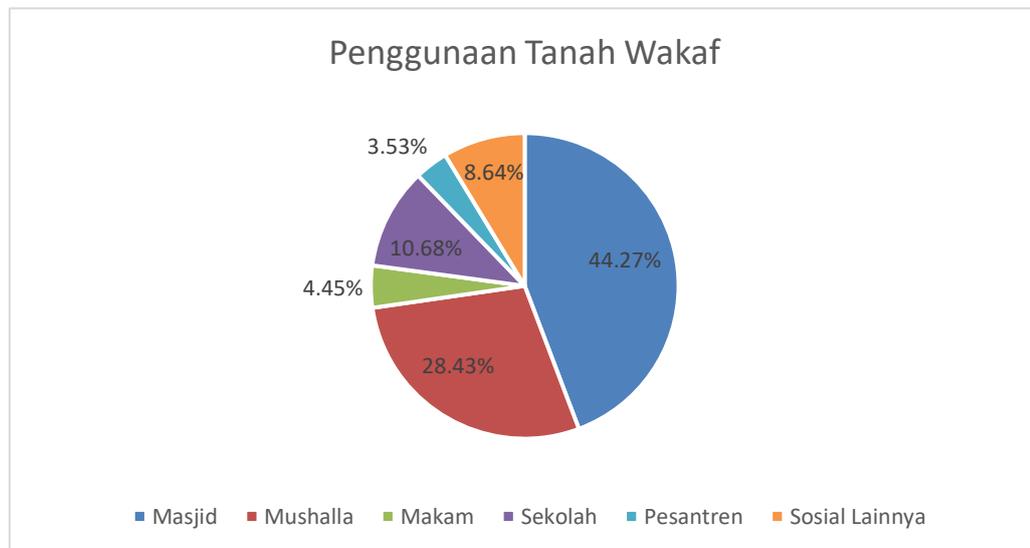
Itang & Syakhabyatin (2017) menyebutkan bahwa setidaknya ada tiga masa perkembangan pengelolaan wakaf di Indonesia. Pertama adalah wakaf pada zaman kesultanan, dengan kata lain pada saat Islam muncul di Nusantara. Pada era kesultanan di Indonesia, pengelolaan wakaf cenderung digunakan untuk pembangunan Masjid – masjid. Salah satunya adalah Masjid Agung Demak yang dimana masjid tersebut adalah wakaf dari Raden Patah. Kedua adalah wakaf pada zaman kolonial Belanda. Pada masa ini, pengaturan wakaf yang dilakukan oleh kolonial Belanda terkesan otoriter dan terlalu mencampuri urusan perwakafan. Hal ini yang menimbulkan protes dari umat Islam pada masa itu. Mereka beralasan bahwa wakaf adalah suatu ibadah atau perbuatan yang bersifat pribadi (*materiil privaatrecht*). Kemudian dari protes yang dilakukan umat muslim saat itu, pihak kolonial Belanda mengeluarkan surat edaran Sekretaris Gubernur tanggal 27 Mei 1935 No.1273/A yang termuat dalam *Bijblad* 1935 No. 13480 tentang *Teozjih Vande Regeering Muhammedaansche bedehuisen en Wakafs*. Dalam surat edaran ini dijelaskan hal – hal prosedural perwakafan, dan juga di dalamnya dijelaskan bahwa Bupati harus diberitahu mengenai wakaf yang dilakukan agar Bupati dapat meneliti berdasarkan peraturan yang berlaku saat itu dan memasukkannya ke dalam daftar wakaf yang telah disediakan. Lalu yang ketiga adalah wakaf pada zaman kemerdekaan. Sebelumnya, wakaf belum memiliki undang – undang yang mengatur karena hal tersebut masuk cakupan ajaran Islam. Sehingga, dasar hukum yang digunakan adalah peraturan – peraturan yang ada yang memiliki irisan terhadap proses wakaf yang terjadi.

Pada awal perkembangan wakaf di Indonesia khususnya pada tiga masa tersebut, jenis wakaf yang masih populer hingga saat ini adalah wakaf konsumtif khususnya wakaf tanah. Sehingga, perspektif masyarakat mengenai wakaf masih sempit dan berputar hanya di sekitar bahasan tanah, bangunan, dll. Hal itu lah yang menjadi dasar diterbitkannya Keputusan Fatwa MUI pada tahun 2002 mengenai wakaf produktif (*waqf an-nuqud*) dan juga dasar hukum yaitu UU No. 41 tahun 2004 mengenai wakaf serta PP No. 42 tahun 2006 tentang Pelaksanaan UU Nomor 41 tahun 2004 tentang

wakaf di Indonesia. Sehingga, proses perwakafan di Indonesia memiliki naungan hukum yang jelas dan diakui keberadaannya oleh Negara .

Sistem Informasi Wakaf Kemenag atau disingkat SIWAK Kemenag melalui laman web nya mengemukakan bahwa jumlah tanah wakaf di Indonesia sebanyak 385.095. Serta total luas tanah wakaf itu sendiri sebesar 52.177,06 Ha. Namun, dari keseluruhan total tanah wakaf yang ada di Indonesia hanya 60,88% yang bersertifikat, sedangkan sisanya tidak. Bahkan, semua asset non produktif yang tidak memiliki sertifikat wakaf jauh lebih luas dari pada yang memiliki sertifikat. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen wakaf di Indonesia perlu ditingkatkan lagi agar terhindar dari khususnya permasalahan kasus sengketa terhadap tanah wakaf yang umumnya terjadi. SIWAK Kemenag juga menerangkan melalui gambar mengenai pemanfaatan tanah wakaf di Indonesia.

Berdasarkan diagram berikut, pemanfaatan wakaf tanah di Indonesia mayoritas masih bersifat konsumtif tradisional. Padahal, wakaf tanah juga termasuk memiliki potensi ekonomi yang sangat besar sehingga bisa dibangun bangunan – bangunan komersial yang menunjang sektor perekonomian (Lita, 2018).



Sumber: siwak.kemenag.go.id (diolah kembali)

Gambar 2: Asset Non Produktif Wakaf di Indonesia

Melihat keadaan tersebut, alternatif selanjutnya dalam mengoptimisasikan wakaf agar produktif adalah dengan dimanfaatkannya wakaf tunai. Nizar (2016) mengemukakan potensi dari wakaf tunai yang dilakukan oleh umat muslim dari berbagai kalangan dan kelas sebagai berikut:

Tabel 2. Potensi Wakaf Tunai Oleh Masyarakat Muslim Berdasarkan Kelompok Pendapatan

Skenario	Kelompok Pendapatan		
	Menengah (Rp miliar / bulan)	Tinggi (Rp miliar / bulan)	Total (Rp Miliar / bulan)

Rendah 10% dari penduduk muslim @Rp. 10.000	194.82	2.18	197
Moderat 25% dari penduduk muslim @Rp. 10.000	487.06	5.44	492.5
Optimis 50% dari penduduk muslim @Rp. 10.000	974.12	10.89	985.01

Sumber: (Nizar M. A., 2016)

Tabel di atas mengemukakan terdapat tiga skenario pada potensi wakaf tunai yang dilakukan umat muslim jika benar-benar dilakukan. Persamaan dari ketiga skenario tersebut adalah bahwa pada ketiganya penduduk muslim sama-sama menyisihkan Rp.10.000 setiap bulannya. Lalu, perbedaan diantara ketiganya adalah jumlah persentase wakif dari total penduduk muslim yang ada di Indonesia.

Skenario pertama adalah skenario “Rendah” dimana sebanyak 10% dari penduduk muslim di Indonesia menjadi wakif serta menyisihkan Rp10.000 setiap bulannya. Potensi wakaf tunai yang bisa terkumpul setiap bulannya adalah Rp 197 miliar setiap bulannya. Skenario kedua adalah skenario “Moderat” dimana seperempat dari penduduk muslim di Indonesia menjadi wakif dan menyisihkan Rp10.000. Wakaf tunai yang bisa terkumpul setiap bulannya adalah Rp492.5 miliar. Lalu skenario yang terakhir adalah skenario “Optimis” yang dimana pada skenario ini setengah dari total penduduk muslim menyisihkan Rp10.000 setiap bulannya. Sudah pasti dana wakaf tunai yang berpotensi terkumpul jauh lebih besar dari kedua skenario sebelumnya yang dimana jumlah yang bisa terkumpul adalah Rp985.01 miliar atau hampir satu triliun rupiah setiap bulannya. Sudah tentu dari ketiga skenario tersebut sama-sama menghasilkan potensi dana yang sangat berpotensi untuk mengembangkan perekonomian masyarakat serta mempersempit *gap* antara golongan miskin dengan golongan kaya.

Salah satu upaya optimalisasi dana wakaf tunai ini adalah dengan menerapkan *healthy market* pada pasar tradisional. Selama ini, pasar tradisional kewalahan bersaing dengan supermarket yang merajarela dan identi dengan status sosial yang rendah. Dengan optimalisasi dana wakaf tunai pada penerapan *healthy market* ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari pasar tradisional pada masing-masing daerah. Sehingga, dari hal tersebut dapat meningkatkan nilai tawar yang dimilikinya pula.

Program *Healthy Market* Berbasis Dana Wakaf

Salah satu cara pemerintah dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional melalui kementerian perdagangan yakni dengan dilaksanakannya revitalisasi pasar tradisional, peningkatan kesejahteraan para pedagang dengan cara peningkatan omzet, melancarkan distribusi bahan dan logistik hajat masyarakat, serta memotivasi terjadinya pengembangan kualitas dan nilai tawar pasar dalam negeri di era persaingan global yang kian terbuka lebar. Pasar yang menjadi prioritas adalah

pasar pasar yang sudah beroperasi lebih dari 15 tahun dan kondisi infrastrukur yang memprihatinkan. Tujuan dari dilakukannya revitalisasi pasar tradisional adalah untuk meningkatkan pendapatan para pedagang juga pelaku - pelaku ekonomi yang ada di sekitar dimana pasar itu berada. Selain itu juga untuk memudahkan akses transaksi jual beli dengan nyaman. Program revitalisasi pasar yang kami ajukan adalah program *Healthy Market*.

Maksud dan tujuan program *Healthy Market* berbasis dana wakaf tunai adalah;

1. Meningkatkan omzet pedagang pasar dengan cara memperbarui model serta fasilitas pasar tradisional sehingga dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan modern.
2. Mempermudah pelayanan dan akses masyarakat konsumen terhadap pasar tradisional. Sehingga, pasar tradisional berpotensi menjadi penggerak perekonomian suatu daerah dimana pasar itu berada.
3. Mewujudkan manajemen modern, yang dimana keadaannya lebih layak dari segi kesehatan, keamanan, dan mampu memuaskan pelanggan secara menyeluruh. Sehingga diharapkan dengan diterapkannya *healthy market*, pasar tradisional menjadi tujuan utama belanja masyarakat serta rujukan dan juga acuan dalam pembangunan pasar-pasar tradisional di daerah lain.

Selain menyinggung masalah perbaikan fisik, konsep *healthy market* juga memiliki pengaruh pada sisi ekonomi, sosial budaya dan manajemen. Adapun rancangan program *Healthy Market* berbasis dana wakaf antara lain:

1. Perbaikan dan Pembangunan Infrastruktur

Program ini meliputi perbaikan infrastruktur pasar tradisional. Dimulai dari peningkatan kualitas lapak bagi para penjual dan juga sekitarnya yang meliputi drainase, RTH (Ruang Terbuka Hijau), sistem penghubung, sampai pada pengaturan tata periklanan di pasar tradisional. Setelah hal tersebut dilakukan, diikuti oleh peningkatan kualitas pada sektor keamanan yang didanai oleh dana wakaf tunai. Hal ini dilakukan dengan cara diterapkannya penertiban oleh pihak keamanan pasar yang juga berafiliasi dengan pihak kepolisian. Sehingga, diharapkan dengan terpenuhinya hajat dasar yaitu keamanan khususnya di pasar mampu memancing masyarakat untuk Kembali berbelanja kebutuhan sehari – hari di pasar.

2. Menciptakan Pasar Sehat dan Ramah Lingkungan

Dengan diciptakannya lingkungan yang menarik (*interesting*) di suatu pasar tradisional, hal tersebut mampu memberikan dampak positif pada minat masyarakat untuk mengunjungi pasar tradisional serta meningkatkan pergerakan dan juga kehidupan sosial masyarakat (*public realms*).

3. Pemberdayaan Pelaku Usaha

1) Pemberdayaan Manajemen Pasar Tradisional, yang terdiri dari :

- a. Membumikan upaya-upaya optimalisasi dan maksimalisasi dana wakaf untuk keperluan produktif kepada pedagang dan Forum Komunikasi tentang bagaimana dana wakaf akan digunakan.

b. *Focus Group Discussion* (FGD), berupa forum diskusi yang diadakan antara Badan Wakaf Indonesia, pemerintah daerah, dinas terkait Langkah-langkah penerapan *healthy market* dimulai dari persiapan, eksekusi, sampai pada tahap *maintenance*.

c. Sekolah Pasar, adalah suatu media pembelajaran dalam pengelolaan dana wakaf, menambah wawasan ilmu agama sampai pada ilmu pengetahuan yang dibuahkan untuk ekspansi usaha para pelaku usaha di pasar tradisional.

d. Bimbingan Teknis Pengelolaan Pasar, bimbingan ini berupa *capacity building* kepada pengelola pasar maupun pihak yang berwenang terkait dengan pengelolaan pasar yang baik. Sehingga, mampu membuat penyaluran dana wakaf lebih terstruktur dan juga terarah.

2) Aktivasi

Langkah ini merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pihak pasar untuk menggiatkan kembali kegiatan operasional yang mempengaruhi ekonomi pasar dan menaikkan kembali animo konsumen/pelanggan pasar melalui kegiatan-kegiatan promosi yang atraktif dan interaktif.

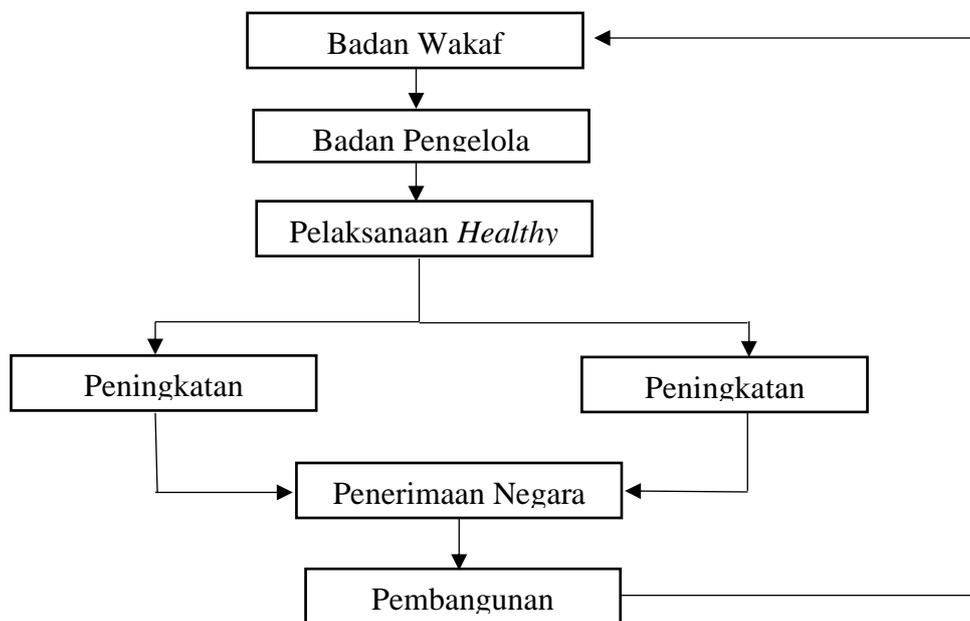
Manfaat Pelaksanaan *Healthy Market* Berbasis Dana Wakaf

Manfaat pelaksanaan *Healthy Market* berbasis dana wakaf tunai dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu dengan Badan Wakaf Indonesia memberikan dana wakaf tunai yang akan dikelola oleh pengelola pasar tradisional untuk diinvestasikan sehingga dapat membuahkan hasil, dimana 10% diberikan kepada pengelola pasar tradisional sebagai biaya *maintenance* dan administrasi, sedangkan 90% diberikan untuk pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan pelaku usaha. Sehingga hasil dari penggunaan dana wakaf tunai yang dialokasikan untuk pelaksanaan program *Healthy Market* dapat membuat pasar tradisional mampu meningkatkan daya beli konsumen ini berimplikasi pada ketertarikan masyarakat terhadap pasar tradisional meningkat sehingga tingkat konsumsi masyarakat secara langsung pun ikut meningkat. Hal ini dikarenakan semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku usaha di pasar tradisional akan menarik masyarakat yang memiliki pendapatan yang rendah dan bahkan tinggi untuk berbelanja di pasar tradisional.

Naiknya jumlah permintaan barang yang diminta oleh pelanggan secara langsung akan menggeser permintaan agregat di dalam perekonomian. Kenaikan permintaan agregat ini pasti akan ditanggapi dengan positif oleh pelaku usaha dengan kiat meningkatkan kapasitas produksi. Sehingga, hal ini mampu meningkatkan tingkat investasi. Peningkatan kapasitas produksi juga berpotensi dalam meningkatnya penerimaan negara, salah satunya penerimaan dalam bentuk pajak. Semakin meningkat penerimaan yang diterima oleh negara, semakin meningkat pula dana untuk pembangunan negara. Secara tidak langsung, hal tersebut dapat mengakibatkan peningkatan pendapatan wakaf. Sehingga terlihat bahwa wakaf tunai memiliki kapabilitas dalam memberikan pengaruh secara langsung pada peningkatan pendapatan maupun pengaruh tidak langsung yang distimulus oleh mekanisme perekonomian nasional.

Berdasarkan mekanisme di atas dapat dilihat bahwa wakaf tunai memiliki hasil yang cukup signifikan pada perekonomian baik pada tingkat daerah maupun nasional. Baik secara langsung dan

tidak langsung, penyaluran dana wakaf tunai menjadi pengaruh yang substansial dalam rangka penyempitan jurang antara kelas menengah ke atas dengan kelas menengah ke bawah. Semakin besar wakaf uang yang dapat dikelola oleh pihak pasar tradisional dalam melaksanakan program *healthy market*, semakin signifikan pula pengaruh wakaf tunai dalam perekonomian nasional terutama dalam menurunkan tingkat kemiskinan.



Gambar 3: Mekanisme Manfaat Konsep *Healthy Market* Berbasis Wakaf Tunai

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penulisan yang telah dibahas, maka ada 3 (tiga) tahap dalam program *Healthy Market* berbasis wakaf tunai antara lain: 1) perbaikan dan pembangunan infrastruktur, 2) menciptakan pasar sehat dan ramah lingkungan dan 3) pemberdayaan UMKM. Tahap itu dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu strategi jangka pendek dan strategi panjang-menengah. Untuk memperlancar revitalisasi pasar maka perlu didukung oleh peran pemerintah daerah. Adapun juga program ini memberikan manfaat berupa peningkatan produksi pelaku usaha di pasar tradisional, peningkatan konsumsi, dan meningkatkan penerimaan negara.

Berdasarkan simpulan di atas maka kami menyarankan pemerintah daerah untuk melakukan pembenahan pasar tradisional dengan menerapkan program *Healthy Market* dengan begitu dapat meningkatkan daya tawar pasar tradisional dan meningkatkan kesejahteraan pedagang di pasar tersebut. Kami juga menyarankan kepada pedagang untuk ikut berpartisipasi jika revitalisasi pasar tradisional berbasis pasar sehat ini diterapkan di Indonesia

DAFTAR RUJUKAN

Alfianita, E., Wijaya, A. F., & Siswidiyanto. (2015). Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(5), 758–762.

- Emami Sigaroodi, A., Salsali, M., & Basiri, Ha. (2012). Comparative survey between quantitative and qualitative paradigms (part II). *Journal of Holistic Nursing And Midwifery*, 22(1), 54–60.
- Itang, & Syakhabyatin, I. (2017). Sejarah Wakaf di Indonesia. *Tazkiya Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan*, 18(2), 220–237.
- Khatony, A., Soroush, A., Andayeshgar, B., Saedpanah, N., & Abdi, A. (2019). Attitude of primiparous women towards their preference for delivery method: A qualitative content analysis. *Archives of Public Health*, 77(1), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s13690-019-0364-y>
- Lita, H. N. (2018). The Construction of Commercial Building on Waqf Land Based on Indonesia Law. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175(1), 1–5. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012199>
- Mas, N., Thoyib, A., Surachman, & Solimun. (2014). Trader Sturdiness at Traditional Market in Facing Modern Market Progress. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(5), 49–58.
- Nelwan, J. W., & Rumokoy, F. S. (2017). The Existence of Traditional Market Toward Modern Market in Tomohon City. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3348–3355.
- Nizar, M. A. (2016). Pengembangan wakaf produktif dan peranan sektor keuangan di Indonesia. *Pusat Kebijakan Sektor Keuangan*, i, 1–15.
- Sahban, H., & Perwira, I. (2018). Empowerment of Traders and Traditional Market Potential Development in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 3(1), 428–436.
- Sun, N., Wei, L., Shi, S., Jiao, D., Song, R., Ma, L., Wang, H., Wang, C., Wang, Z., You, Y., Liu, S., & Wang, H. (2020). A qualitative study on the psychological experience of caregivers of COVID-19 patients. *American Journal of Infection Control*, 48(6), 592–598. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2020.03.018>