

AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies

Journal website: <https://al-afkar.com>

P-ISSN : 2614-4883; E-ISSN : 2614-4905
<https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v8i3.1635>

Vol. 8 No. 3 (2025)
pp. 2005-2027

Research Article

Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kudus Jawa Tengah Menurut Prespektif Ekonomi Islam

Nelly Shofia ¹, Indra ²

1. Institut Agama Islam Tazkia, Bogor, Indonesia
E-mail: nellyshofia4@gmail.com



2. Institut Agama Islam Tazkia, Bogor, Indonesia
E-mail: indra@tazkia.ac.id



Copyright © 2025 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : August 24, 2024
Accepted : March 12, 2025

Revised : November 15, 2024
Available online : August 27, 2025

How to Cite: Nelly Shofia and Indra, I. (2025) "Traditional Market Development Strategy in Kudus, Central Java According to Islamic Economic Perspective", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 8(3), pp. 2005-2027. doi: 10.31943/afkarjournal.v8i3.1635.

Traditional Market Development Strategy in Kudus Central Java According to Islamic Economic Perspective

Abstract. Traditional markets are one of the cornerstones of life for people, especially small traders. However, the existence of traditional markets is currently decreasing due to several reasons, including the location of traditional markets close to modern markets, lack of infrastructure, safety and comfort of traditional markets, and so on. So this makes people slowly leave traditional markets and switch to

modern markets. The aim of this study is to formulate strategies that are relevant to traditional market conditions in Kudus, Central Java and in accordance with sharia principles. The research method used is Analytic Network Processes (ANP). This study used 7 informants from academics, practitioners and regulators. The results of this study are that traditional market development strategies in the form of revitalization, infrastructure development and traditional market quality rank first as the most relevant strategies to use. This was followed by the next strategy, namely Locations that Support the Public Interest, followed by Increasing Trader Capacity and Skills, then Sharia-Based Government Policy and Improving the quality and Diversification of Halal and Tayyib Products.

Keywords: Traditional Markets; Analytic Network Process (ANP); Development Strategy

Abstrak. Pasar tradisional merupakan salah satu tumpuan kehidupan bagi masyarakat, terutama para pelaku pedagang kecil. Akan tetapi keberadaan pasar tradisional saat ini menurun dikarenakan beberapa hal, diantaranya lokasi pasar tradisional yang berdekatan dengan pasar modern, kurangnya infrastruktur, keamanan dan kenyamanan pasar tradisional, dan lain-lain. Sehingga hal tersebut membuat masyarakat perlahan meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern. Tujuan dari studi ini adalah merumuskan strategi-strategi yang relevan dengan kondisi pasar tradisional di Kudus, Jawa Tengah dan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Metode penelitian yang digunakan adalah *Analytic Network Process* (ANP). Dalam studi ini menggunakan 7 informan yang berasal dari akademisi, praktisi, dan regulator. Hasil studi ini adalah bahwasanya strategi pengembangan pasar tradisional berupa revitalisasi, pengembangan infrastruktur dan kualitas pasar tradisional menempati urutan pertama sebagai strategi yang paling relevan untuk digunakan. Disusul dengan strategi selanjutnya yaitu Lokasi yang Mendukung Kepentingan Publik, dilanjutkan dengan Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Pedagang, lalu Kebijakan Pemerintah Berbasis Syariah dan Peningkatan kualitas dan Diversifikasi Produk Halal dan Tayyib.

Keywords: Pasar Tradisional; *Analytic Network Process* (ANP); Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

Kudus, sebuah kabupaten kecil di Jawa Tengah dengan luas wilayah hanya 447,44 km² atau sekitar 1,31% dari total luas Jawa Tengah, memiliki dinamika ekonomi yang signifikan sebagai daerah industri. Kabupaten ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi pusat perdagangan internasional mengingat posisinya yang strategis di Pulau Jawa. Kudus juga dikenal sebagai daerah pro-investasi, menduduki peringkat keempat dari 32 kabupaten/kota di Jawa Tengah dalam hal dukungan terhadap investasi (Pemerintah Kabupaten Kudus, 2024). Jumlah usaha mikro kecil (UMK) di Kudus yang telah memperoleh sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) mencapai lebih dari 886 pelaku usaha, yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama melalui industri kreatif.

Pasar tradisional merupakan salah satu sarana penting dalam mendukung perkembangan UMK di Kudus. Berdasarkan data BPS Kabupaten Kudus (2024), terdapat 29 pasar yang tersebar di berbagai kecamatan, yang terdiri dari 4 pasar modern, 7 pasar daerah, 16 pasar desa, dan 2 pasar hewan. Pasar-pasar ini menjadi penopang perekonomian lokal dan menyediakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat golongan menengah ke bawah. Sekitar 43 persen pengusaha UMK di Kudus adalah perempuan, yang menunjukkan pentingnya peran perempuan dalam perekonomian lokal (BPS Kabupaten Kudus, 2024).

Tabel 1. Jumlah pasar tradisional di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah (Unit)

No	Kecamatan (Subdistrict)	Pasar Modern (Modern Market)	Pasar Daerah (Local Market)	Pasar Desa (Village Market)	Pasar Hewan (Animal Market)	Jumlah (Total)
1	Kaliwungu	-	-	3	-	3
2	Kota	3	5	-	-	8
3	Jati	1	1	1	-	3
4	Undaan	-	-	4	-	4
5	Mejobo	-	-	3	1	4
6	Jekulo	-	-	2	-	2
7	Bae	-	-	2	-	2
8	Gebog	-	-	1	1	2
9	Dawe	-	1	-	-	1
Kabupaten Kudus		4	7	16	2	29

Sumber: BPS Kabupaten Kudus, 2024 (diolah penulis)

Namun, pasar tradisional di Kudus menghadapi berbagai tantangan. Kondisi pasar yang kurang terkelola dengan baik, minimnya sarana dan prasarana, serta citra pasar yang kotor, kumuh, dan tidak aman menjadi permasalahan utama (Sururie & Sobana, 2018). Selain itu, pasar modern dengan lingkungan yang lebih bersih, nyaman, serta strategi pemasaran yang lebih unggul, seperti diskon besar-besaran, telah menarik minat konsumen, sehingga menurunkan jumlah pengunjung di pasar tradisional (Wibowo *et al.*, 2022).

Pasar Kliwon Kudus, salah satu pasar tertua di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1960-an, masih menjadi pusat perdagangan utama di Kota Kudus. Pasar ini bukan hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya dan sejarah yang penting bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, menjaga eksistensi dan mengembangkan pasar tradisional seperti Pasar Kliwon menjadi sangat penting, terutama dalam konteks mempertahankan identitas budaya dan ekonomi kerakyatan (Wijayati, 2013). Dalam konteks ekonomi Islam, pengembangan pasar tradisional di Kudus dapat diarahkan untuk mencapai tujuan maqashid syariah, yang mencakup pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pendekatan ini sejalan dengan filosofi hidup masyarakat Kudus, yang dikenal dengan "Gusjigang" (bagus, ngaji, dagang), yang menekankan pentingnya akhlak, ilmu pengetahuan, dan semangat kewirausahaan.

Berbagai studi telah dilakukan mengenai pengembangan pasar tradisional, salah satunya oleh Anggoro *et al.* yang meneliti strategi pengembangan Pasar Waru di Kabupaten Penajam Paser Utara dengan fokus pada faktor-faktor kenyamanan berbelanja. Dalam studi tersebut, penulis menggunakan metode analisis SWOT melalui pendekatan IFAS dan EFAS. Studi tersebut mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh Pasar Waru, seperti rendahnya tingkat kebersihan dan pencahayaan yang kurang memadai. Sebagai solusi, mereka menyarankan peningkatan kualitas fasilitas pasar seperti bak sampah, pembuangan limbah yang tepat, serta pengelolaan limbah yang lebih baik. Selain itu, perbaikan pencahayaan

dan renovasi bangunan pasar juga dianggap sebagai langkah penting untuk mengatasi masalah tersebut (Anggoro *et al.*, 2020). (Syukria, 2023) dalam studinya menjelaskan bahwa, pasar tradisional memiliki potensi besar dalam menopang perekonomian lokal jika dikelola dengan baik dan didukung oleh regulasi yang tepat. Lebih lanjut, studi (Qolbi *et al.*, 2023), yang menyoroti tentang pentingnya penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam perdagangan di pasar tradisional, yang dapat memperkuat kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Pendekatan syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan keseimbangan antara hak dan kewajiban dipercaya mampu meningkatkan efisiensi pasar tradisional serta mengatasi beberapa masalah utama seperti ketimpangan harga dan ketidakpastian pasokan barang. Namun, studi ini cenderung fokus pada aspek normatif ekonomi Islam, sementara strategi praktis yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan pasar tradisional masih belum banyak dibahas secara mendalam.

Berbeda dengan studi-studi lainnya, studi ini cenderung fokus pada aspek normatif ekonomi Islam, sementara strategi praktis yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan pasar tradisional masih belum banyak dibahas secara mendalam. Pasar tradisional perlu mempertimbangkan perspektif ekonomi Islam karena prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya menawarkan landasan etis dan keadilan dalam perdagangan yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi Islam mengajarkan pentingnya transaksi yang jujur, produk yang halal dan *thayyib*, serta menghindari praktik yang merugikan seperti riba dan kecurangan. Penerapan prinsip keadilan dan keberlanjutan dalam ekonomi Islam dapat memperkuat daya saing pasar tradisional dengan memastikan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Selain itu, ekonomi Islam juga mendorong pemberdayaan UMK dan ekonomi lokal, yang sejalan dengan fungsi utama pasar tradisional sebagai pusat perdagangan komunitas. Dengan menjaga nilai-nilai ini, pasar tradisional tidak hanya menarik konsumen Muslim yang peduli pada kehalalan produk, tetapi juga dapat menciptakan sistem perdagangan yang lebih inklusif, ramah lingkungan, dan berkelanjutan, yang relevan bagi semua pihak. Dengan demikian, studi ini akan membahas berbagai tantangan, solusi, dan strategi yang relevan untuk mengembangkan pasar tradisional di Kudus dari perspektif ekonomi Islam. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi pengambil kebijakan dan pengelola pasar tradisional di Kudus, serta pedagang pasar tradisional agar dapat beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan mampu berkembang dengan baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, studi bertujuan untuk: (i) menganalisis permasalahan dalam pengembangan pasar tradisional di Kabupaten Kudus menurut prespektif ekonomi islam; (ii) menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional di Kabupaten Kudus menurut prespektif ekonomi islam. Untuk menjawab tujuan-tujuan tersebut, diharapkan dengan studi ini dapat menambah literatur dan pengetahuan yang lebih luas dalam bidang manajemen strategi khususnya strategi pengembangan yang terkait dengan pasar tradisional. Selain itu studi ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh regulator dalam merencanakan pembangunan, pengembangan dan revitalisasi pasar tradisional, juga menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang diperuntukkan

pedagang kecil di pasar tradisional. selain itu, hasil studi ini juga dapat dijadikan gambaran para pedagang tradisional dalam menentukan strategi penjualan yang efektif sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

Studi Terdahulu

Penelitian mengenai pengembangan pasar tradisional telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yenika Sri Rahayu (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar) menjelaskan, bahwa penelitian ini menawarkan beberapa strategi untuk masalah-masalah yang dihadapi pasar tradisional. Diantaranya; (1) Strategi diskriminasi harga, yaitu menerapkan perbedaan harga antara konsumen rumah tangga dan pedagang warung. (2) Fleksibilitas sistem pembayaran, dengan memberikan opsi “Bayar Belakangan.” (3) Meningkatkan pelayanan melalui perlakuan istimewa kepada “Pelanggan Setia.” (4) Transaksi lebih didasarkan pada hubungan personal antara pedagang dan pelanggan. (Rahayu, 2010).

Pada tahun 2013, Nel Arianty melakukan penelitian yang menganalisis perbedaan antara pasar modern dan pasar tradisional dalam hal strategi tata letak dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional. Metode yang digunakan adalah matriks Importance-Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab utama pasar tradisional kalah bersaing dengan pasar swalayan bukanlah semata-mata keberadaan pasar swalayan itu sendiri, melainkan kelemahan manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional. Pasar swalayan justru memanfaatkan kondisi pasar tradisional yang tidak optimal tersebut (Arianty, 2013).

Wijayanti (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Model Pemberdayaan Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kerakyatan di Kota Semarang, menjelaskan bahwasanya faktor yang menentukan meningkatnya tingkat keberlangsungan usaha pasar tidak hanya revitalisasi pasar. Hal-hal lain seperti perlindungan pemerintah daerah dan para pelaku pasar tradisional (pengelola pasar, pedagang, pembeli, petugas kebersihan, dan lain-lain) juga turut menjadi faktor keberlanjutan usaha pasar. Jika semua berjalan dengan baik, maka pasar tradisional mampu menghadapi tantangan-tantangan eksternal yang lebih bersifat kompetitif (Wijayati, 2013).

Pada tahun (2014), Ariani melakukan penelitian. Dalam penelitiannya ia menjelaskan bahwa dengan adanya perubahan sosial yang terjadi pada zaman yang semakin modern ini, maka pasar tradisional membutuhkan system digitalisasi berupa pemasangan CCTV dan *billboard* digital pada pasar tradisional. Dengan ini pengelola pasar tradisional dapat memantau pasar tradisional dengan lebih mudah dan secara meluas. Dengan fasilitas ini, diharapkan pasar tradisional dapat bersaing dengan pasar modern (Ariani & Nurcahyo, 2014).

Firdaus (2015), menjelaskan bahwa tujuan utama dari setiap aktivitas manusia dalam perspektif Islam adalah untuk mencapai keselamatan di akhirat dan kesuksesan di dunia. Konsep ini dikenal sebagai *falah*, yang mengacu pada kebahagiaan sejati dan keberhasilan baik di dunia maupun di akhirat. Untuk mencapai *falah*, umat Muslim diharuskan untuk berusaha memperjuangkan

maslahah, yaitu kemaslahatan atau kebaikan umum yang bermanfaat bagi seluruh umat manusia. Hal ini selaras dengan tujuan syari'ah yaitu; menjaga dan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks bisnis, tercapainya kemaslahatan sangat bergantung pada pemenuhan 6 aspek orientasi bisnis yaitu orientasi ibadah, proses internal, tenaga kerja, pembelajaran, pelanggan, dan harta kekayaan (Firdaus, 2015).

Dalam penelitian Zamroni (2016) dijelaskan, bahwa Gusjigang merupakan falsafah kehidupan masyarakat Kudus yang dibawa oleh Sunan Kudus sejak zaman dahulu. Tujuannya untuk membantu masyarakat mencapai kemandirian baik secara materiil maupun immateriil, serta mencapai kematangan emosi. Melalui falsafah ini, masyarakat didorong untuk mengeksplorasi berbagai masalah hidup dari sudut pandang yang beragam, sehingga dapat meraih kehidupan yang optimal dan sejahtera (Zamroni, 2016).

Astiti (2016), dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang," membahas strategi pengembangan pasar tradisional di Semarang menggunakan metode SWOT. Beberapa strategi yang ditawarkan meliputi: (1) Mengoptimalkan pembangunan dan revitalisasi pasar tradisional dengan menyediakan kemudahan akses bagi pengunjung dan pedagang. (2) Mengembangkan pasar tradisional dengan memanfaatkan potensi dan ciri khas yang dimiliki. (3) Mengembangkan pasar tradisional melalui kerjasama dengan investor. (4) Memfasilitasi dan menjamin kemudahan akses modal bagi pedagang melalui kerjasama dengan perbankan pasar. (5) Mengembangkan pasar tradisional dengan memanfaatkan teknologi untuk promosi pasar kepada masyarakat. (Astiti et al., 2016).

Istijabatul Aliyah, dalam karyanya yang berjudul "Strategi Penguatan Pasar Tradisional sebagai Produk Budaya di Kota Surakarta" (2017), merumuskan strategi penerapan model untuk memperkuat peran pasar tradisional dalam memberdayakan pedagang kecil di Kota Surakarta. Masalah yang dipaparkan pada penelitian ini adalah rendahnya mutu pelayanan (*service*) dari stakeholder, maka peneliti menawarkan satu model sebagai strategi untuk menekan permasalahan tersebut. Model tersebut yaitu Service Quality Improvement Model (SQIM). Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Aliyah, 2017)

Pada tahun (2018) Maihani menjelaskan dalam penelitiannya terkait menjaga eksistensi pasar rakyat melalui kebijakan revitalisasi di kabupaten Bireuen, bahwasanya beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam penataan pasar tradisional antara lain: (1) alokasi anggaran dari pemerintah daerah untuk revitalisasi pasar tradisional; (2) penataan pasar yang terencana dan higienis, disesuaikan dengan jumlah pedagang dan jenis barang yang dijual; (3) optimalisasi penuh fungsi Dinas Pasar; (4) perbaikan infrastruktur pasar seperti atap, pembangunan drainase, dan pemeliharaan bangunan; (5) peningkatan kebersihan lingkungan pasar; (6) pengamanan dan penertiban pasar dengan meningkatkan frekuensi patroli oleh petugas keamanan yang bekerja sama dengan kepolisian; (7) pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan keterampilan mereka; (8) manajemen usaha yang mencakup penataan barang dagangan, pelayanan pelanggan, kualitas dan

ketersediaan barang, serta ketepatan timbangan; dan (9) pengembangan serta promosi pasar. (Maihani & Zahrani, 2018).

Sedangkan Ariyani (2019) melakukan penelitian dengan judul Penataan Pasar-Pasar Tradisional di Indonesia Berdasarkan Teori “*Von Stufennaufbau De Rechtsordnung*”. Ia menjelaskan bahwasanya kebanyakan revitalisasi pasar tradisional hanya dilakukan secara fisik saja, penitikberatan pada penelitian ini tidak hanya pada fisik akan tetapi non fisik juga seperti, revitalisasi ekonomi, revitalisasi sosial, yang diikuti dengan adanya edukasi tatacara pengelolaan pasar, penyusunan model pembangunan berkelanjutan, memperhatikan tera ukur ulang timbangan untuk memberikan perlindungan (*the right to safety*) terhadap pengunjung sebagai wujud menghargai pelaku *supply* dan *demand* dalam perekonomian (Ariyani, 2019).

Aini et al. (2019) dalam penelitiannya menjelaskan hasil analisis dari penelitiannya bahwa setiap *stakeholder* mempunyai kepentingan dan pengaruh yang berbeda-beda. Pemilik kepentingan tertinggi adalah masyarakat, akan tetapi masyarakat tidak mempunyai pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi kebijakan pengembangan pasar tradisional. Terdapat dua analisis untuk mengetahui sebab-sebab ketidakberhasilan kebijakan di Kabupaten Situbondo, yaitu analisis kebijakan dan analisis penerapan (Aini & Fauzi, 2019).

Pada tahun 2020, Anggoro et al. melakukan penelitian terkait strategi pengembangan pasar tradisional berdasarkan faktor-faktor kenyamanan berbelanja. Penulis dalam penelitiannya menggunakan metode analisis SWOT IFAS EFAS. Permasalahan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah mengenai tantangan yang dihadapi Pasar Waru seperti, tingkat kebersihan rendah, dan pencahayaan tidak maksimal adalah dengan meningkatkan kualitas bak sampah, membuang saluran pembuangan, mengolah limbah, peningkatan kualitas pencahayaan, dan renovasi bangunan pasar bisa dijadikan sebagai solusi atas permasalahan tersebut (Anggoro et al., 2020).

Sriniaga (2021) meneliti tentang strategi revitalisasi pasar tradisional. Dalam penelitian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa ada tiga kriteria desain yang harus dipenuhi: kriteria umum yang mencakup sembilan parameter persyaratan, kriteria teknis dengan enam belas parameter persyaratan, dan kriteria kenyamanan yang mencakup lima belas parameter persyaratan. Hasil penelitian ini menghasilkan konsep desain pengembangan pasar yang mengintegrasikan fasilitas wisata publik dengan pola yang tersebar, serta menerapkan strategi dan konsep multifungsi pada bagian depan kios. Penelitian ini juga memberikan beberapa rekomendasi untuk mendukung keberlanjutan pasar tradisional, seperti penambahan fasilitas untuk berbagai acara dan hiburan, termasuk *live music*, area bermain, food court, tempat khusus pedagang makanan dan minuman, serta ruang untuk aktivitas sosial lainnya. (Sriniaga, Darwin Winata, 2021).

Pangau et al. (2022) dalam penelitiannya membahas bahwasanya pengelola pasar tradisional menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi disisi lain juga menghadapi beberapa kelemahan/kendala internal. Strategi ini difokuskan untuk meminimalkan masalah-masalah yang ada sehingga mempunyai peluang pasar yang lebih baik. Dari analisis tersebut, hasil yang diperoleh adalah Strategi Integrasi ke Belakang (*backward integration*), Strategi Penetrasi Pasar (*market penetration*),

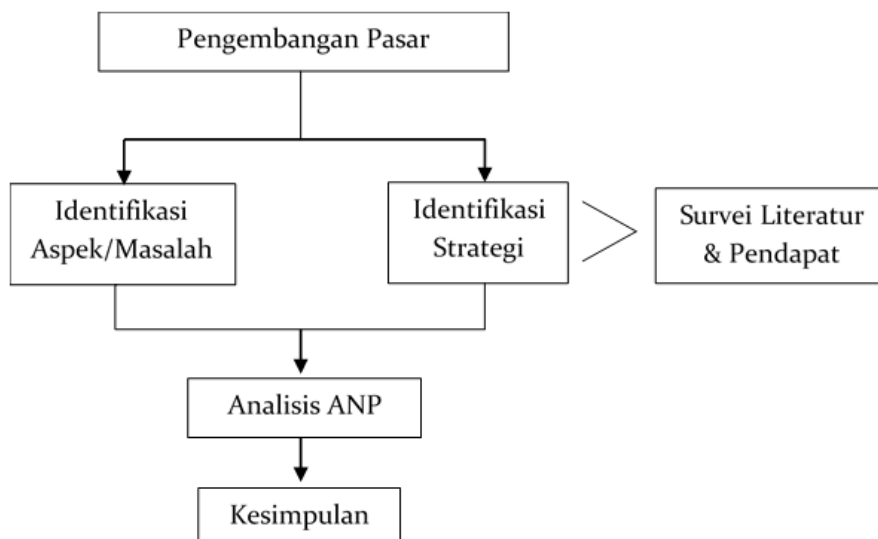
Strategi Integrasi Horizontal (*horizontal integration*), Strategi Pengembangan Produk (*product development*), Strategi Pengembangan Pasar (*market development*), dan Strategi Modernisasi Pasar (*market modernization*), penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT (Pangau et al., 2022).

Juwairiyah et al. (2022) melakukan penelitian yang berjudul Pasar Tradisional Menuju Pasar Digital. Banyak permasalahan yang melatarbelakangi penulisan karya ini diantaranya; Kurangnya kapabilitas sumber daya manusia di kalangan pedagang, manajemen pasar oleh BUMDes, serta isu keamanan dan lingkungan menjadi tantangan utama. Untuk mengatasi tantangan tersebut dan bertransformasi menuju pasar digital, pengelola Pasar Bantengan menerapkan sejumlah program. Salah satunya adalah pemasangan CCTV untuk meningkatkan keamanan di lingkungan pasar. Selain itu, pasar juga mengembangkan pemasaran digital bagi pedagang yang memiliki kios atau toko permanen dengan memberikan edukasi tentang pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital. Diharapkan, dengan menggunakan platform online seperti WhatsApp Business, pendapatan (ROI, Return on Investment) pedagang akan meningkat, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional dalam proses transformasi menuju pasar berbasis digital. (Juwairiah et al., 2022).

Sambuaga (2022) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Potensi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Tompaso menjelaskan, bahwa potensi yang dimiliki pasar tradisional diantaranya adalah harga komoditas barang cenderung murah, berbagaimacam barang tersedia di pasar tradisional, dan waktu berlansungnya perdagangan dimulai dari setelah subuh bahkan ada juga pedagang yang mulai membuka kios pada dini hari, sehingga memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhannya (Sambuaga, 2022).

Penelitian ini berbeda dari studi-studi sebelumnya, dari segi metode, studi ini menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP) yang dikombinasikan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam untuk merumuskan strategi pengembangan pasar tradisional di Kabupaten Kudus. Pendekatan ini menawarkan perspektif baru dalam pengembangan pasar tradisional, di mana potensi ekonomi lokal diintegrasikan dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama dalam transaksi. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memberikan rekomendasi strategis yang relevan bagi pengambil kebijakan dan pengelola pasar tradisional, tetapi juga memberikan panduan bagi para pelaku pedagang pasar tradisional agar dapat beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Ascarya & Yumanita, 2005), Pendekatan yang menggabungkan metode ANP dan ekonomi Islam ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah terkait pengembangan pasar tradisional dan memberikan solusi yang lebih holistik dan aplikatif.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan pemikiran dari studi ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1. rumusan pemikiran

Teori Pasar: Prespektif Umum dan Islam

Teori pasar dalam perspektif umum menjelaskan bagaimana interaksi antara penjual dan pembeli menentukan harga serta kuantitas barang atau jasa yang diperdagangkan. Pasar berfungsi sebagai mekanisme di mana kekuatan permintaan dan penawaran bertemu untuk mencapai keseimbangan harga. Teori ini, seperti yang dijelaskan oleh (Alfred Marshall, 1890), berasumsi bahwa harga adalah sinyal utama yang memengaruhi keputusan ekonomi pelaku pasar, dengan persaingan sempurna dianggap dapat mencapai keseimbangan harga dan kuantitas. Namun, realitas menunjukkan adanya ketidaksempurnaan pasar yang dipengaruhi oleh monopoli, oligopoli, dan informasi asimetris (Akerlof, 1970). Teori pasar ini berkaitan erat dengan pengembangan pasar, yaitu upaya memperluas pasar, meningkatkan efisiensi distribusi, serta menciptakan inovasi produk dan layanan. Pengembangan pasar menurut (Porter, 1985) bertujuan mencapai keunggulan kompetitif melalui inovasi produk, peningkatan jaringan distribusi, dan efisiensi operasional. Di sisi lain, (Philip Kotler, 2016) menekankan pentingnya segmentasi pasar dan pemetaan konsumen dalam mengidentifikasi peluang pengembangan pasar yang lebih luas.

Dalam perspektif Islam, teori pasar mencakup dimensi etika yang berlandaskan syariah, di mana nilai keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan sosial harus tercermin dalam setiap transaksi. (Al-mawardi, 1989) dalam *Al-Ahkam al-Sultaniyyah* menekankan bahwa pasar yang berkembang harus didasarkan pada prinsip *maslahah* (kesejahteraan umum), dengan menghindari praktik-praktik seperti riba, garar (ketidakpastian), dan penipuan. Ibn Khaldun dalam *Muqaddimah* juga menegaskan bahwa stabilitas dan perkembangan ekonomi suatu negara sangat bergantung pada keadilan dan regulasi yang baik, dimana interaksi ekonomi dilakukan dengan jujur dan adil (Khaldun, 2004). Menurut (Antonio, 2001),

pengembangan pasar dalam Islam juga harus mencakup prinsip-prinsip syariah, seperti transparansi dalam transaksi dan pembagian keuntungan yang adil, serta fokus pada pemberdayaan pelaku usaha kecil untuk menciptakan inklusivitas ekonomi dan keberkahan dalam perdagangan. Teori ini juga berkaitan erat dengan Teori Keadilan dan Distribusi. Dalam perspektif umum, seperti yang dikemukakan oleh John Rawls dalam *A Theory of Justice* (1971), menitikberatkan pada keadilan sebagai kewajiban (*fairness*), khususnya dalam distribusi sosial dan ekonomi. Rawls mengemukakan dua prinsip utama: pertama, kebebasan dasar yang sama bagi semua orang, dan kedua, ketidaksetaraan ekonomi yang hanya dapat dibenarkan jika memberikan manfaat terbesar bagi mereka yang kurang beruntung (Rawls, 1971). Prinsip ini menyoroti pentingnya distribusi sumber daya yang adil di mana semua individu memiliki akses yang sama terhadap peluang dan keuntungan. Dalam perspektif Islam, konsep keadilan (*al-adl*) dan distribusi (*al-taqsim*) sangat fundamental dan menuntut distribusi kekayaan yang merata, seperti yang disampaikan dalam QS. Al-Hasyr: 7. Mekanisme distribusi dalam Islam diwujudkan melalui zakat, infak, sedekah, dan larangan riba, dengan tujuan memastikan keseimbangan sosial dan mencegah ketimpangan ekonomi (Chapra, 1992).

Teori Kewirausahaan: Prespektif Umum dan Islam

Teori kewirausahaan dalam perspektif umum mengakui kemampuan individu dalam mengenali peluang, mengambil risiko, dan menciptakan nilai melalui inovasi. Schumpeter mendefinisikan wirausaha sebagai inovator yang mengganggu pasar melalui penciptaan produk atau layanan baru, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Schumpeter, 1934). Drucker menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan manajemen yang efektif (Drucker, 1984). Dalam Islam, kewirausahaan memiliki dimensi moral yang kuat, di mana usaha yang halal, adil, dan beretika menjadi dasar kewirausahaan. Ibn Khaldun menyatakan bahwa seorang wirausaha harus memiliki etika yang baik dan tanggung jawab sosial, dengan tujuan untuk mencapai *falah* (kesuksesan) dunia dan akhirat melalui usaha yang bermanfaat bagi masyarakat (Khaldun, 2004). Teori ini berhubungan erat dengan Teori Sosial Ekonomi. Dalam perspektif umum ini menghubungkan faktor-faktor sosial dan ekonomi dalam menentukan kesejahteraan masyarakat. Weber menunjukkan bahwa etika kerja dan nilai budaya berdampak pada perkembangan ekonomi (Weber, 1920), sementara Polanyi berpendapat bahwa ekonomi selalu terkait dengan norma dan institusi sosial (Polanyi, 1944). Dalam perspektif Islam, teori sosial ekonomi berfokus pada keadilan sosial dan distribusi kekayaan yang seimbang, seperti yang dijelaskan dalam konsep *maslahah* dan *adl*. Sistem ekonomi Islam bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial yang adil dengan mencegah akumulasi kekayaan yang berlebihan dan menekankan distribusi kekayaan melalui zakat dan sedekah (Chapra, 1992). Selain itu, teori tersebut juga berkaitan dengan Konsep pembangunan berkelanjutan. Dalam perspektif umum, seperti yang dijelaskan dalam (*"The Brundtland Report: 'Our Common Future,'"* 1987), tujuan utama pembangunan berkelanjutan adalah menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Dalam perspektif Islam, pembangunan berkelanjutan sejalan dengan prinsip-prinsip Syariah yang mencakup hubungan manusia dengan

Tuhan, sesama manusia, dan alam. (Chapra, 1992) menjelaskan bahwa pembangunan dalam Islam harus mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya, kesejahteraan sosial, dan keadilan dalam distribusi kekayaan. Konsep *al-istidam* dalam Islam menekankan keseimbangan antara spiritualitas, lingkungan, dan ekonomi, serta perlindungan terhadap generasi mendatang.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Analytic Network Process* (ANP). Metode ini telah diterapkan dalam berbagai studi yang bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan, solusi, dan strategi dalam konteks yang kompleks, seperti studi yang dilakukan oleh (Ascarya & Yumanita, 2005), (Rusydiana & Devi, 2013), dan (Saaty, 2005). Studi kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek studi, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan pemikiran, secara holistik dalam konteks alami (Yufrinalis *et al.*, 2023). Studi kualitatif sering juga disebut sebagai studi naturalistik, karena dilakukan dalam kondisi yang alami (Sugiyono, 2013).

ANP merupakan pengembangan dari *Analytic Hierarchy Process* (AHP), yang memiliki keterbatasan dalam mengakomodasi keterkaitan antar kriteria (Rusydiana & Devi, 2013). Thomas L. Saaty, pencipta AHP dan ANP, menjelaskan bahwa ANP adalah generalisasi dari AHP yang memperhitungkan ketergantungan antar elemen dalam hierarki (Saaty, 2016). Menurut Saaty dan Vargas (2013), ANP digunakan untuk menangani masalah pengambilan keputusan yang melibatkan interaksi dan ketergantungan antar elemen yang tidak dapat diorganisir secara hierarki, sehingga ANP merepresentasikan hubungan antar elemen dalam bentuk jaringan. Dalam AHP, elemen-elemen di setiap level hierarki dianggap independen, sementara dalam ANP elemen-elemen tersebut disusun dalam sebuah jaringan yang memungkinkan adanya ketergantungan antar elemen (Saaty & Vargas, 2006).

Perbedaan utama antara AHP dan ANP terletak pada struktur masalah yang dihadapi. AHP menyusun masalah dalam bentuk hierarki dengan komponen-komponen seperti tujuan, kriteria, dan alternatif, sedangkan ANP mengorganisir elemen-elemen tersebut dalam bentuk jejaring atau jaringan yang memperhitungkan hubungan ketergantungan antar elemen (Yüksel & Dağdeviren, 2007). Kedua metode ini menggunakan sistem perbandingan berpasangan (*pairwise comparisons*) untuk mengukur bobot dan menentukan peringkat alternatif terbaik yang dipilih. ANP menggunakan pendekatan kualitatif non-parametrik yang tidak membuat asumsi independensi antar elemen di setiap level, baik yang lebih tinggi maupun lebih rendah (Ascarya, 2005). Selain itu, ANP mengukur rasio prioritas secara relatif berdasarkan pengukuran pengaruh antar elemen yang saling berinteraksi, memberikan fleksibilitas dalam menangani keputusan kompleks (Pungkasanti & Handayani, 2017).

Konstruksi Model

Tahap pertama dalam metode ANP adalah konstruksi model, yang melibatkan pemahaman dan penyusunan kompleksitas masalah ke dalam kerangka ANP. Proses ini dimulai dengan kajian pustaka, wawancara mendalam, kuesioner, dan diskusi

kelompok terarah (*Focus Group Discussion* atau FGD) untuk memahami masalah secara menyeluruh (Kheybari *et al.*, 2020). Dalam studi ini, model ANP disusun berdasarkan survei literatur yang mengidentifikasi potensi, masalah, solusi, dan strategi pengembangan pasar tradisional. Data tersebut kemudian divalidasi oleh para pakar untuk memastikan keakuratan dan relevansinya. Hasil validasi ini digunakan untuk menyusun kerangka ANP yang menggambarkan hubungan antar variabel yang relevan dengan strategi pengembangan pasar tradisional.

Tabel 2. Masalah dan Solusi Pengembangan Pasar Tradisional Menurut Prespektif Ekonomi Islam

Aspek	Masalah	Referensi	Solusi	Referensi
Pelaku Pasar	Kurangnya pengetahuan dan kesadaran	(Thi Loan, 2018) & (Sambuaga, 2022); (Monintja <i>et al.</i> , 2023); (Thohira & Rahman, 2021)	Sosialisasi, dan edukasi	(Juwairiah <i>et al.</i> , 2022) & (Peken <i>et al.</i> , 2021) & (Maihani & Zahrani, 2018) & Hrp <i>et al.</i> , 2023)
Lokasi	Banyaknya pembangunan pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional	(Dewi, 2018)	Membuat inovasi modern	(Ariani & Nurcahyo, 2014)
Infrastruktur	Kurangnya infrastruktur	(Thohira & Rahman, 2021)	Memasang CCTV, melakukan revitalisasi, dan perbaikan infrastruktur	(Maihani & Zahrani, 2018)
Pemerintah	Kinerja belum optimal	(Syukria, 2023)	Optimalisasi fungsi Dinas Pasar,	(Maihani & Zahrani, 2018); (Wijayati, 2013)
Produk	Variasi produk terbatas	(Candrawati, 2015)	Melakukann diferensiasi	(Melisa, 2007)

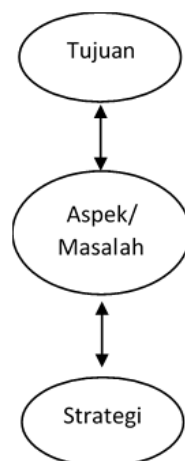
Tabel 3. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Menurut Prespektif Ekonomi Islam

Strategi	Kriteria	Referensi
	Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Pedagang	(Juwairiah <i>et al.</i> , 2022) & (Peken <i>et al.</i> , 2021) & (Maihani & Zahrani, 2018)
	Lokasi yang mendukung Kepentingan Publik	(Al-mawardi, 1989)
	Revitalisasi, pengembangan infrastruktur dan kualitas pasar tradisional	(Maihani & Zahrani, 2018)
	Kebijakan Pemerintah Berbasis Syariah	(Sururie & Sobana, 2018)

	Peningkatan kualitas dan diversifikasi produk halal dan <i>tayyib</i>	(Al-Qardawi, 1980)
--	---	--------------------

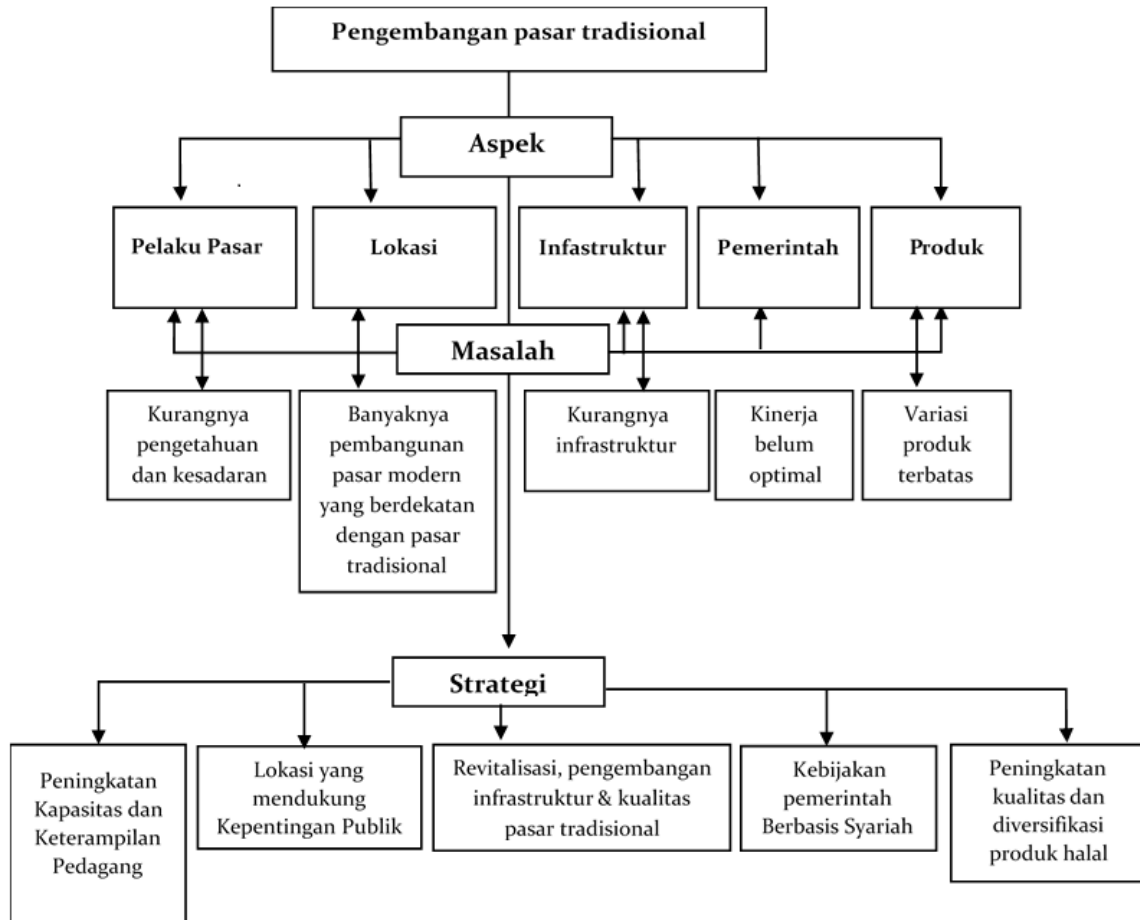
Variabel-variabel yang telah disebutkan kemudian disusun dalam sebuah kerangka jaringan *feedback*. Secara keseluruhan, jaringan umpan balik dalam studi strategi pengembangan pasasr tradisional dapat diilustrasikan melalui bagan di bawah ini:

Gambar 2. Jaringan *Feedback* Studi Potensi Pengembangan Pasar Tradisional Secara Umum



Berdasarkan hasil tinjauan literatur terhadap studi-studi sebelumnya, penulis mengidentifikasi kriteria dan sub-kriteria yang akan digunakan dalam studi ini. Oleh karena itu, jaringan umpan balik dalam studi terkait pengembangan pasar tradisional dapat diuraikan secara lebih rinci sebagai berikut:

Gambar 3. Jaringan *Feedback* Studi Potensi Pengembangan Pasar Tradisional Secara Rinci



Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model dilakukan dengan merancang dan menyebarkan kuesioner kepada para ahli. Kuesioner ini terdiri dari perbandingan berpasangan antar elemen dan kluster untuk menentukan elemen mana yang memiliki pengaruh lebih besar dan lebih dominan dibandingkan elemen lainnya, serta mengukur sejauh mana perbedaannya. Proses ini menggunakan skala numerik 1-9 sesuai dengan pedoman yang tercantum di bawah ini:

Tabel 4 Skala Penilaian Numerik dan Verbal

Skala Numerik	Skala Penilaian Verbal
1	Sama pentingnya
3	Pentingnya sedang
5	Pentingnya kuat
7	Pentingnya sangat kuat

9	Amat sangat penting
2, 4, 6, 8	Nilai menengah
Gunakan kebalikan untuk perbandingan terbalik	

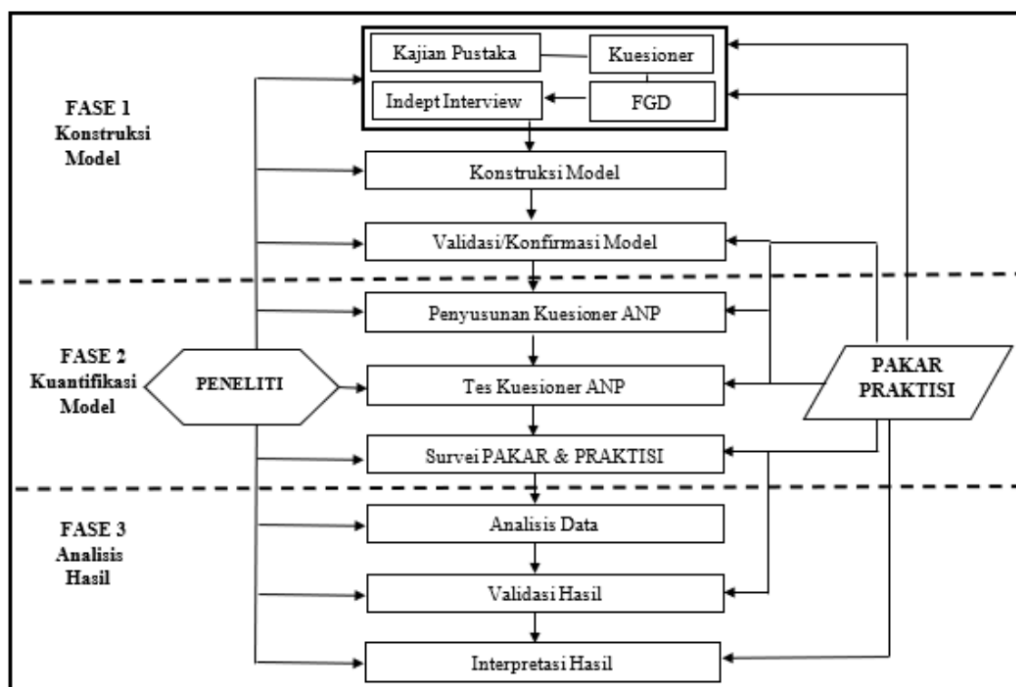
Sumber: Saaty, 2006 (diolah penulis)

Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dimasukkan ke dalam software SuperDecisions untuk diproses lebih lanjut, menghasilkan output berupa prioritas dan supermatrik. Setiap respon dari informan akan diinput secara individual ke dalam jaringan ANP (*Analytic Network Process*)

Diskusi dan Analisis Hasil

Pada tahap akhir, seluruh hasil pengolahan jaringan ANP dari setiap informan digabungkan. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menghitung ***geometric mean*** dan ***rater agreement***. Untuk mengukur tingkat kesepakatan di antara para informan, digunakan perhitungan ***Kendall's Coefficient of Concordance***, yang selanjutnya diikuti dengan interpretasi hasil geometric mean dari keseluruhan informan. Untuk lebih jelas, langkah-langkah penerapan ANP yang dijelaskan oleh **Ascarya** dirangkum dalam diagram berikut:

Gambar 4. Tahapan Studi ANP



Sumber: Ascarya, 2012

Tahapan-tahapan penggunaan metode ANP dalam software *SuperDecisions* dimulai dengan memahami masalah secara menyeluruh, mencakup tujuan, kriteria, sub-kriteria, pihak yang terlibat, serta alternatif yang tersedia. Dalam studi ini, tujuan

utamanya adalah menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional di Kudus, Jawa Tengah menurut prespektif ekonomi syariah. Kriteria dan sub-kriteria yang diperoleh melalui survei literatur digunakan untuk membangun jaringan ANP, yang divalidasi oleh para ahli di bidang pengembangan pasar tradisional (Ascarya, 2005).

Tahap kedua adalah membuat *cluster*, *node*, dan koneksi antar elemen dalam jaringan ANP yang terstruktur di *SuperDecisions*. Setelah itu, survei dilakukan untuk meminta para ahli menentukan faktor mana yang lebih penting dan menilai tingkat kepentingannya. ANP memungkinkan umpan balik dua arah melalui kuesioner, yang juga membantu memverifikasi konsistensi jawaban (Saaty & Vargas, 2006)

Pada tahap perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*), data dari kuesioner diinput ke dalam software, di mana konsistensi data diperiksa. Indeks konsistensi yang diterima adalah kurang dari 0,1 (Saaty, 2016). Setelah data dinyatakan konsisten, perhitungan prioritas dilakukan melalui sintesis ANP yang menghasilkan supermatriks stokastik (*unweighted*, *weighted*, dan limit supermatriks), yang akan menentukan urutan prioritas setiap kriteria dan sub-kriteria (Rusydiana & Devi, 2013).

Rater agreement, yang diukur menggunakan *Kendall's Coefficient of Concordance*, digunakan untuk menilai tingkat kesepakatan antar informan dalam satu kluster. Nilai W yang mendekati 1 menunjukkan kesepakatan tinggi, sedangkan W yang mendekati 0 menunjukkan ketidaksepakatan signifikan (Ascarya & Yumanita, 2005). *Geometric mean* kemudian dihitung untuk menentukan nilai rata-rata prioritas, yang diolah menggunakan *Microsoft Excel* sebelum dimasukkan kembali ke dalam *SuperDecisions* untuk pembobotan. Langkah terakhir adalah pembuatan grafik untuk memudahkan interpretasi hasil studi dalam bentuk visual (Ascarya, 2005)

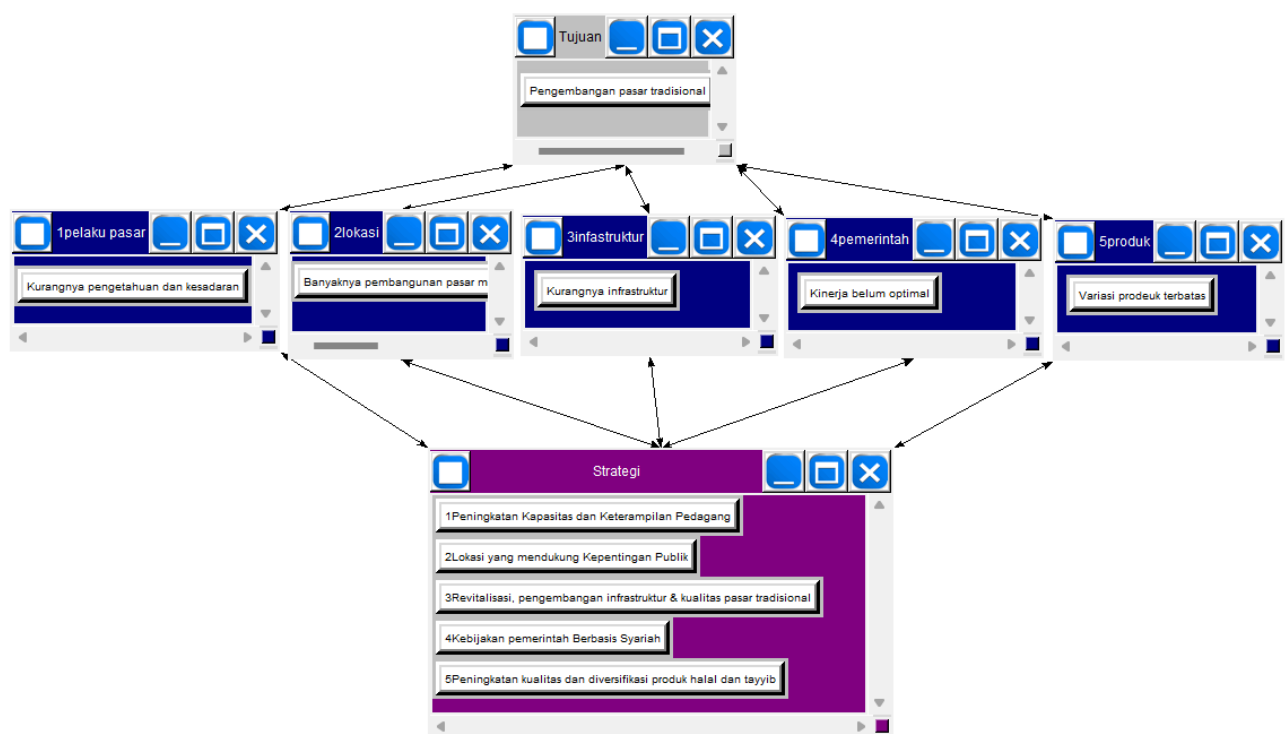
Gambar 5. Kuesioner Perbandingan Berpasang

NO	KRITERIA	RANK	POINT OF SCALE								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Pedagang										
2	Lokasi yang mendukung Kepentingan Publik										
3	Revitalisasi, pengembangan infrastruktur & kualitas pasar tradisional										
4	Kebijakan pemerintah Berbasis Syariah										
5	Peningkatan kualitas&diversifikasi produk halal dan <i>tayyib</i>										

Hasil Studi

Responden pada studi ini yaitu 7 responden yang terdiri dari 1 pakar, 2 regulator, dan 4 praktisi. Berdasarkan literatur review dan wawancara dengan beberapa responden dihasilkan jaringan feedback oleh aplikasi *Super Decisions* untuk studi pengembangan pasar tradisional sebagai berikut:

Gambar 6. kerangka ANP Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam software Super Decisions



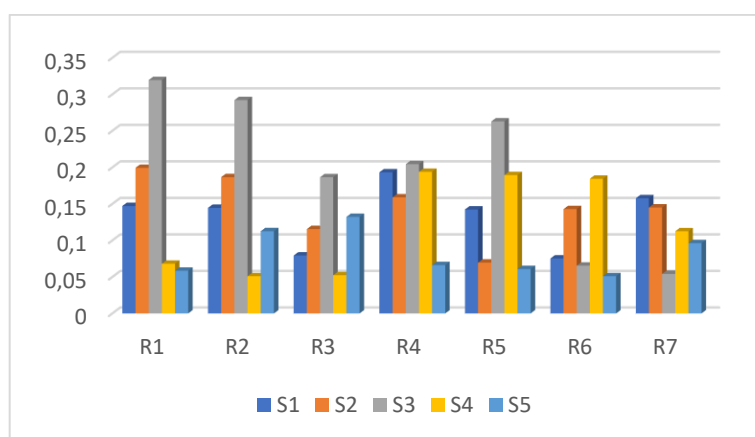
Model penelitian ANP (*Analytic Network Process*) bersifat timbal balik, di mana setiap panah dari masing-masing kluster memiliki arah dua arah, yang menunjukkan bahwa setiap kluster saling bergantung dan berhubungan satu sama lain. Hasil pengolahan data oleh software *Super Decisions* dan *Microsoft Excel* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. hasil olah data jawaban seluruh responden

Strategi	R1 ¹	R2	R3	R4	R5	R6	R7	GM ²	RANK
S1	0.14701	0.1445	0.0793	0.19313	0.14219	0.07519	0.15767	0.127523	3
S2	0.19922	0.18653	0.11549	0.15886	0.06953	0.14282	0.14503	0.138587	2
S3	0.31942	0.29206	0.18641	0.20431	0.26284	0.06537	0.05412	0.164817	1
S4	0.06798	0.05091	0.05227	0.19383	0.18937	0.18436	0.11241	0.104666	4
S5	0.05845	0.11254	0.13211	0.06622	0.06075	0.05098	0.09618	0.077728	5

Sedangkan jika ditampilkan dalam bentuk diagram, maka hasil yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Gambar 7. Hasil Olah Data Jawaban Responden dalam Bentuk Diagram

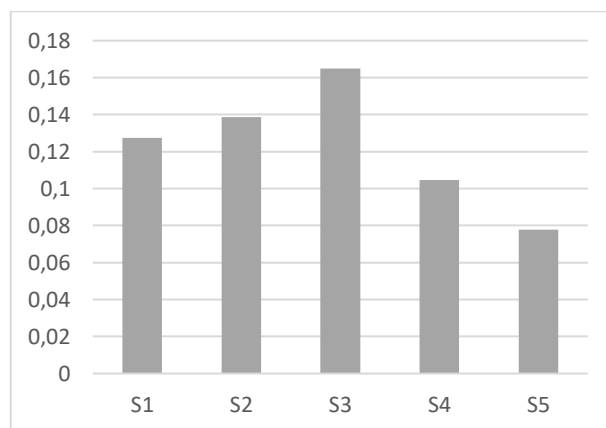


Sedangkan nilai *geometric mean* dari beberapa elemen strategi diantaranya Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Pedagang (S1) bernilai sebesar 0.127523; Lokasi yang Mendukung Kepentingan Publik (S2) sebesar 0.138587; Revitalisasi, pengembangan infrastruktur & kualitas pasar tradisional (S3) sebesar 0.164817; Kebijakan Pemerintah Berbasis Syariah (S4) sebesar 0.104666; dan Peningkatan kualitas dan Diversifikasi Produk Halal dan *Tayyib* (S5) sebesar 0.077728. dalam bentuk diagram dapat ditampilkan sebagai berikut:

¹ R1 = Responden 1, R2 = Responden 2, dst.

² GM = *Geometric Mean*

Gambar 8. Diagram Prioritas Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kudus, Jawa Tengah



Dari bobot nilai diatas diketahui bahwa Revitalisasi, pengembangan infrastruktur & kualitas pasar tradisional (S_3) memiliki nilai *geometric mean* yang paling besar, kemudian strategi pada urutan selanjutnya adalah Lokasi yang Mendukung Kepentingan Publik (S_2), disusul dengan Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Pedagang (S_1), lalu Kebijakan Pemerintah Berbasis Syariah (S_4) dan Peningkatan kualitas dan Diversifikasi Produk Halal dan *Tayyib* (S_5). Dengan demikian, maka Revitalisasi, pengembangan infrastruktur & kualitas pasar tradisional merupakan strategi yang paling utama untuk digunakan sebagai media pengembangan pasar tradisional di Kudus, Jawa tengah.

Jawaban kuesioner yang disampaikan kepada seluruh responden kemudian dihitung nilai *rater agreement* nya. Alat yang digunakan untuk menghitung nilai *rater agreement* adalah *Kendall's Coefficient Concordance*. Nilai *rater agreement* dari kluster strategi ini sebesar 0,40111 ($W = 0.40111$) yang berada pada skala **berat hingga kuat**. Yang menandakan bahwa para responden sepakat dalam menentukan strategi ini dalam pengembangan pasar tradisional di Kudus, Jawa Tengah.

KESIMPULAN

Studi ini mengkaji strategi pengembangan pasar tradisional di Kudus, Jawa Tengah, melalui lensa ekonomi Islam. studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang dapat diterapkan dalam mengembangkan pasar tradisional sesuai dengan prinsip syariah. Faktor-faktor seperti lokasi pasar, kualitas produk yang ditawarkan, kebijakan pemerintah, infastruktur dan tata kelola pasar diteliti dengan pendekatan berbasis ekonomi Islam yang menekankan keadilan, transparansi, serta kesejahteraan sosial. Melalui metode kualitatif ANP (*Analytic Network Process*), data dikumpulkan dari wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis literatur yang relevan. Identifikasi komponen untuk menentukan strategi pengembangan pasar tradisional, yang dihasilkan dari wawancara pakar dan literatur yang relevan merupakan langkah penting yang harus dilakukan. Karena akan memberikan

kerangka kerja yang tepat untuk para regulator, pengelola pasar tradisional, akademisi maupun para pelaku UMK. Selain itu, strategi ini juga meningkatkan daya saing pasar tradisional di tengah persaingan pasar modern, hal tersebut sejalan dengan tujuan utama ekonomi Islam yaitu tercapainya kesejahteraan dan keadilan sosial.

Berdasarkan hasil yang disajikan oleh studi ini, disarankan agar pemerintah daerah Kudus dan pengelola pasar tradisional lebih memperhatikan aspek tata kelola berbasis syariah dalam pengelolaan pasar. Hal ini mencakup revitalisasi, pengembangan infrastruktur, peningkatan kualitas pasar tradisional, penataan lokasi yang memudahkan akses konsumen, pembinaan pedagang dalam menyediakan produk halal dan berkualitas, serta penerapan prinsip keadilan dan transparansi dalam segala aspek pasar. Selain itu, penting bagi pemerintah dan pihak terkait untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap strategi ini agar pasar tradisional tetap kompetitif dan relevan di masa depan. Untuk para peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menambahkan alat analisis lain selain ANP seperti delphi, BCOR, dan lain-lain. Dari segi responden, dianjurkan menambah jumlah responden dan dianjurkan pula mencari informan yang lebih menguasai dan mendalami topik terkait.

REFERENSI

- AL-Quran, Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Aini, D. N., & Fauzi, H. M. (2019). Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kabupaten Situbondo. *Cermin : Jurnal Penelitian*, 3(2), 142–158.
- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *Decision Science*, 84(3), 261–273.
<https://doi.org/10.1093/os0/9780199253906.003.0002>
- Al-mawardi. (1989). *Al-Ahkam Al-Sultoniah* (p. 430). Dar Ibnu Qutaibah.
- Al-Qardawi, Y. (1980). *الحلال والحرام في الاسلام*.
- Alfred Marshall. (1890). *Principles of Economics*. 112.
- Aliyah, I. (2017). Strategi Penguatan Peran Pasar Tradisional Sebagai Produk Budaya Di Kota Surakarta. *Strategi Penguatan Pasar ...*, 18(1), 1–15.
- Anggoro, R. B., Ulimaz, M., & Syafitri, E. D. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Waru di Kabupaten Panajam Paser Utara Berdasarkan Faktor-Faktor Kenyamanan Berbelanja. *Ruang*, 6(2), 112–120.
<https://doi.org/10.14710/ruang.6.2.112-120>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (p. 160).
- Ariani, N. I., & Nurcahyo, O. H. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Prespektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(April), 1–12.
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(01), 18–29.
- Ariyani, N. (2019). *Penataan Pasar-Pasar Tradisional di Indonesia Berdasarkan Teori “VON STUFENNAUFBAU DE RECHTSORDNUNG.”*

- Ascarya. (2005). Analytic Network Process (ANP): Pendekatan Baru dalam Penelitian Kualitatif. *Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan BANK INDONESIA*.
- Ascarya, A., & Yumanita, D. (2005). Mencari Solusi Rendahnya Pembiayaan Bagi Hasil Di Perbankan Syariah Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 8(1), 7–43. <https://doi.org/10.21098/bemp.v8i1.127>
- Astiti, B., Nugroho, A., Nurcahyanto, H., Publik, J. A., Professor, J., Soedarto, H., Hukum, S., Semarang, T., & Pos, K. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(1), 187–198. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/10431>
- BPS Kabupaten Kudus. (2024). *Kabupaten Kudus Dalam Angka 2024*. 01, 1–68.
- Candrawati. (2015). Pasar Modern Dan Pasar Tradisional dalam Gaya Hidup Masyarakat Di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. *Jurnal Penelitain Administrasi*, 224–231.
- Chapra, M. U. (1992). Islam and the Economic Challenge. In *American Journal of Islam and Society* (Vol. 9, Issue 4). <https://doi.org/10.35632/ajis.v9i4.2540>
- Dewi, N. K. D. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan. *Law Reform*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20232>
- Drucker, P. F. (1984). *INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP: practice and principles*. 1–17.
- Firdaus, A. (2015). *Maslaha Scorecard , Sistem Pengukuran Kinerja Bisnis Berbasis Maqosid Shariah CALL FOR PAPER ISLAMIC BANKING AND FINANCE CONFERENCE 2012 " Islamic Economy Revivalism Between Theory and Practice " UIN Syarif Hidaytullah Jakarta Maslah } a Scorecard , Siste. September 2012*.
- Juwairiah, Eka Rosadi, P., & Richard Kodong, F. (2022). Pasar Tradisional Menuju Pasar Digital. *E-JJuwairiah, Peter Eka Rosadi, and Frans Richard Kodong. 2022. "Pasar Tradisional Menuju Pasar Digital." E-Jurnal LPPM UPN YOGYAKARTA 157–64. Urnal LPPM UPN YOGYAKARTA, 157–164. http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/8271/4837*
- Khaldun, I. (2004). Muqaddimah. In *Dar El Ya'reb* (Vol. 15, Issue 1, pp. 1–4). <https://doi.org/10.55188/ijifarabic.v15i1.816>
- Kheybari, S., Rezaie, F. M., & Farazmand, H. (2020). Analytic network process: An overview of applications. *Applied Mathematics and Computation*, 367, 124780. <https://doi.org/10.1016/j.amc.2019.124780>
- Maihani, S., & Zahrani. (2018). Menjaga Eksistensi Pasar Rakyat Melalui Kebijakan Revitalisasi di Kabupaten Bireuen. 10(September), 85–90.
- Melisa. (2007). *Membangun Diferensiasi Pada Ritel Tradisional*. 8(1)(235), 245.
- Monintja, M., Ruru, J., & Londa, V. (2023). *PARTISIPASI MASYARAKAT PASAR PINASUNGKULAN KAROMBASAN DALAM PENGELOLAAN KEBERSIHAN DI KOTA MANADO MONICA. VIII(4), 1–23*.
- Pangau, A. P. S., Massie, J. D. ., & Lintong, D. C. . (2022). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pedagang Dan Pengunjung Pada Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 840. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43074>

- Peken, D., Peken, D., & Tabanan, K. (2021). *SOSIALISASI DAN EDUKASI PROTOKOL KESEHATAN UNTUK MENGHINDARI WABAH PANDEMI COVID-19 DI*. 253–259.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (15th ed., Vol. 22). PEARSON.
- Polanyi, K. (1944). The Great Transformation. *Elgar Encyclopedia of Post-Keynesian Economics*, 404–405. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226277813.003.0005>
- Porter, M. E. (1985). Competitive strategy: the core concepts. In *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*.
- Pungkasanti, P. T., & Handayani, T. (2017). Penerapan Analytic Network Process (Anp) Pada Sistem Pendukung Keputusan. *Jurnal Transformatika*, 14(2), 66. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v14i2.437>
- Qolbi, A. U., Awali, H., Stiawan, D., Devy, H. S., Abdurrahman, U. I. N. K. H., & Pekalongan, W. (2023). Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 19–30.
- Rahayu, Y. S. (2010). *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan dengan Retail Modern dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Legi Kota Blitar)*. 1–10.
- Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice* (Issue 112). Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice* (Issue 112).
- Rusydiana, A. S., & Devi, A. (2013). Aplikasi Metode Analytic Network Process (Anp) Untuk Mengurai Problem Pengembangan Baitul Maal Wat-Tamwiil (Bmt) Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, 1, 51–62.
- Saaty, T. L. (2005). THE ANALYTIC NETWORK PROCESS. *Theory and Applications of the Analytic Network Process*. Pittsburgh, PA: RWS Publications, 4922 Ellsworth Avenue, Pittsburgh, PA 15213, 95(1), 1–27.
- Saaty, T. L. (2016). The analytic hierarchy and analytic network processes for the measurement of intangible criteria and for decision-making. *International Series in Operations Research and Management Science*, 233, 363–419. https://doi.org/10.1007/978-1-4939-3094-4_10
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2006). Decision Making With the Economic , Political , Social and Technological Applications with Benefits , Opportunities , Costs and Risks. *Manufacturing Systems*, 95, 278. <http://www.amazon.com/dp/0387338594>
- Sambuaga, R. (2022). Analisis Potensi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Tompaso. *Jurnal Equilibrium*, 3(1), 66–79. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/equilibrium>
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. *Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 3(2), 137–148.
- Sriniaga, Darwin Winata, F. (2021). *Strategi revitalisasi Pasar Tradisional yang Berkelanjutan melalui Pengembangan Dimensi Sosial*. 641–648.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitati

- f_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Sururie, R. W., & Sobana, D. H. (2018). Pasar Tradisional Syariah : Dari Teori Ke Implementasi (Pendampingan Di Pasar Syari'ah Campaka Kabupaten Cianjur). *Al-Khidmat*, 1(2), 1–18. <https://doi.org/10.15575/jak.vii2.3330>
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 306–311. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.221>
- The Brundtland Report: "Our Common Future." (1987). *Medicine and War*, 4(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Thi Loan, N. (2018). The Effect of Internal and External Factors on the Business Success of Agri-based Exporting Small and Medium Scale Enterprises in Thanh Hoa Province, Vietnam. *Journal of Finance and Economics*, 6(3), 87–95. <https://doi.org/10.12691/jfe-6-3-2>
- Thohira, M. C., & Rahman, F. (2021). Tata Kelola Sanitasi Lingkungan Pasar Rakyat Menuju Pasar Sehat Era New Normal di Kota Yogyakarta. *Higiene*, 7(3), 110–118. [https://journal.uin-](https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/higiene/article/download/25922/pdf/)
[alauddin.ac.id/index.php/higiene/article/download/25922/pdf/](https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/higiene/article/download/25922/pdf/)
- Weber, M. (1920). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (C. Teweles (Ed.); 3rd ed.). Roxbury Publishing Company.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Wijayati, P. A. (2013). Model Pemberdayaan Pasar Tradisional Berbasis Ekonomi Kerakyatan Di Kota Semarang. *Paramita*, 23 No. 2-, 167–178.
- Yufrinalis, M., Putra, A. P. O. A., & Syamil, A. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). [https://scholar.google.com/citations?user=O-](https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en)
[B3eJYAAAAJ&hl=en](https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en)
- Yüksel, I., & Dağdeviren, M. (2007). Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis - A case study for a textile firm. *Information Sciences*, 177(16), 3364–3382. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2007.01.001>