

Keberpihakan Kebijakan Pemerintah pada Sektor Usaha Rakyat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Keberlangsungan Pasar Tradisional)

Abdul Wahab*

Universitas Muhammadiyah Surabaya
Email:wahab_mpf@yahoo. com

Abstract

The economic sector of small-medium enterprises as known in Indonesia with Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), has strategic contribution in Indonesian's economic development. This sector as known was survived when Indonesian affected by the global crisis of economic at 1998 and 2008 ago. This MSMEs also know as a way for absorption of human capital. Therefore, it is need more of Indonesian Government's consideration as part of economic development policy of Indonesia. The place for trading between MSMEs's practitioners was called traditional market which ruled by direct transaction and transparent. Traditional traders have been competed with the growing number of mall around the market. In addition to the rivalry with fellow traders in traditional markets. They have a rational strategy as a way of facing competition with modern market. Actually, the Government must maintain sustainability of traditional market with they public policy. Impelementation public policy should refers to Islamic economic, especially concept of distribution of wealth. The distribution of wealth is one of the most important and most controversial subjects concerning the economic life of people, which have given birth to global revolutions in the world of today, and have affected every sphere of human activity from international politics down to the private life of the individual. Then, this paper raised the issue of: condition traditional traders recently, while growth modern market increase so fast; function and role from public policy for supporting suistanability traditional market; and urgency distribution of wealth as strategy on public policy for sustainability of traditional market.

Keywords: Traditional Market Trader, Modern Market, Public Policy, Distribution of Wealth, Islamic Economics

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Jl. Sutorejo No 59, Surabaya 60113 Telp. (+6231) 3811966 Fax. (+6231) 3813096

Abstrak

Sektor usaha rakyat yang biasa dikenal dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor usaha ini terbukti mampu bertahan di saat bangsa Indonesia dilanda krisis ekonomi pada tahun 1998 dan 2008. Dan sektor usaha ini juga mampu berkontribusi dalam menurunkan angka pengangguran penduduk Indonesia. Memberi perhatian lebih pada sektor usaha rakyat harus menjadi prioritas utama pemerintah dalam setiap kebijakan ekonominya. Pasar tradisional sebagai wadah bagi sektor usaha rakyat merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi secara langsung. Pedagang tradisional menghadapi persaingan dengan semakin banyaknya mall-mall dan peritel modern disekitar pasar, yang menawarkan fasilitas belanja yang nyaman dan aman. Belum lagi menghadapi persaingan diantara mereka juga. Para pedagang sayuran, buah, dan sembako harus memiliki strategi yang jitu dan rasional sebagai jalan menghadapi persaingan dengan ritel modern. Sebenarnya, pemerintah bertugas untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional melalui kebijakan publik. Penerapan kebijakan publik seharusnya berdasarkan ekonomi Islam, terutama dengan konsep distribusi pendapatan. Distribusi pendapatan saat ini telah menjadi konsep yang sangat penting dan mempengaruhi pola perilaku ekonomi manusia di dunia. Pada akhirnya, makalah ini kemudian mengangkat masalah tentang kondisi pedagang pasar tradisional setelah pesatnya pertumbuhan ritel modern; fungsi dan peran kebijakan publik untuk mendukung keberlangsungan pasar tradisional; serta urgensi distribusi pendapatan sebagai strategi keberlangsungan pasar tradisional. Adapun makalah ini menggunakan tipe penelitian deskriptif melalui kepustakaan untuk mendapatkan penjelasan atas topik atau bahasan yang dikaji.

Kata Kunci: Pedagang Pasar Tradisional, Ritel Modern, Kebijakan Publik, Distribusi Pendapatan, Ekonomi Islam

Pendahuluan

Sektor usaha rakyat, yang biasa dikenal dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), berperan besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia setiap kali negeri ini diterpa badai krisis ekonomi, seperti pada tahun 1998 dan 2008 lalu. Sektor UMKM memiliki kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, dalam realitas empiris usaha mikro mampu menyerap sekitar

90 persen pasar tenaga kerja informal terutama menyerap tenaga kerja di daerah dan pedesaan.¹

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tahun 2014, UMKM mengalami pertumbuhan sebesar 3,41 persen menjadi 66, 5 juta unit. Adapun jumlah tenaga kerja yang diserap oleh sektor ini mencapai 117,6 juta orang atau meningkat 6, 83 persen. Jumlah tersebut mencerminkan 97,16 persen dari penduduk usia produktif di Indonesia. Di samping itu sektor UMKM juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yakni mencapai sekitar 56,7 persen. Peran UMKM dalam mendorong perkembangan pertumbuhan ekonomi negara sangat signifikan, namun peran penting UMKM ini tidak didorong dengan pembiayaan yang memadai, sehingga perkembangan UMKM di Indonesia masih tergolong rendah. Pembiayaan UMKM di Indonesia sebagian besar masih merupakan pembiayaan mandiri, walaupun sebagian kecil sudah mendapat pembiayaan dari pemerintah.²

Untuk itu diperlukan perhatian pemerintah terhadap sektor usaha rakyat, terutama dalam menentukan arah kebijakan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk bisa meningkat, yang diukur dengan pendapatan nasional riil dalam jangka waktu panjang. Pendapatan nasional riil adalah *output* barang-barang jadi dan jasa di suatu negara dalam bentuk riil, bukan fiktif.³

Keberpihakan pemerintah terhadap sektor usaha rakyat juga harus diimplementasikan dalam kebijakan riil yang mendorong sektor usaha rakyat dapat berkompetisi dengan sektor usaha besar yang biasanya terkesan modern dan elegan. Salah satunya dengan mendorong kebijakan revitalisasi sektor perpasaran tradisional dan membatasi secara ketat berdirinya pasar/peritel modern. Karena saat ini pertumbuhan peritel modern begitu cepat dan masif. Jika tidak ada keberpihakan pemerintah terhadap pasar tradisional atau peritel tradisional, maka lambat laun sektor usaha rakyat yang beraktivitas di pasar tradisional akan ketinggalan dengan pasar modern.

¹ Aunur Rafiq, *Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan*, (Jakarta:Republika, 2014), 132.

² Ghazali, "Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Dunia Usaha: Peran Problematikan dan Strategis Pengembangan", (The International Seminar and Innaguration of Sahabat Financial Institut, 2013), 26

³ Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 3.

Pergeseran gaya hidup sebagai konsekuensi modernisasi teraplikasi dalam banyak hal, salah satunya kebiasaan berkonsumsi. Masyarakat sebagai konsumen kian dijamu dengan bermacam perbelanjaan modern yang menyajikan suasana lebih nyaman daripada pasar tradisional dan tawaran harga diskon meski hanya untuk beberapa *item* tertentu. Kompetisi antarperbelanjaan modern melalui persaingan harga dan membanjirnya supermarket ataupun *hypermarket* modern justru membuat pasar tradisional kian tertinggal. Padahal, keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Oleh sebab itu, pemerintah harus *concern* terhadap keberadaan pasar tradisional sebagai salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat.

Situasi Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat orang melakukan jual-beli. Menurut Prianto, pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar. Adapun menurut pasal 1 PP No. 112 Tahun 2007, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu.

Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan ritel modern. Menurut pasal 1 PP No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang termasuk kerjasama dengan swasta, dalam tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, ataupun koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.⁴

Selain model transaksi yang umumnya melalui tawar menawar dan pembayaran dilakukan tunai, pasar tradisional pun cenderung menjual barang-barang lokal. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional tentunya lebih bersifat nasionalis dalam hal perdagangan.

⁴Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf

Sedangkan ritel modern menurut pasal 1 PP No.112 Tahun 2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.⁵ Pengelolaan yang lebih modern dan modal yang besar membuat ritel modern secara kuantitas dan varian lebih unggul dibandingkan pasar tradisional.

Terkait harga, normatifnya, toko modern mematok harga di atas pasar tradisional mengingat *operational cost*nya jauh lebih tinggi, antara lain dalam hal pajak, pemakaian listrik dan fasilitas, serta biaya upah karyawan. Namun fakta ternyata tidak sesuai dengan hal tersebut. Harga di toko modern mampu bersaing dengan pasar tradisional, bahkan jika terdapat diskon atau promo khusus, harga yang dipatok bisa jauh di bawah pasar tradisional. Hingga akhirnya, toko modern pun bisa menjadi pusat perkulakan (*whole seller*) dan selalu mengalami pertumbuhan pesat.

Terkait perbandingan perkembangan pasar tradisional dan pasar modern, dalam kurun waktu yang cukup singkat, pasar modern berkembang begitu pesat. Imbasnya adalah pasar tradisional yang sedikit demi sedikit mulai tergerus keberadaannya. Pertumbuhan pasar tradisional terus menurun hingga di bawah angka 10% pertahun, sedangkan pertumbuhan pasar modern terus merangkak naik hingga di atas 30%.⁶ Bahkan pada 2012 pasar dan ritel modern telah menguasai 31% pasar ritel dengan omzet satu ritel modern mencapai Rp 2,5 triliun/tahun, kontras bila kita bandingkan dengan ritel dan pasar tradisional yang hanya mampu meraup omzet sebesar Rp 9,1 juta/tahun.

Kondisi-kondisi tersebut patut disayangkan mengingat sebenarnya pasar tradisional memiliki peranan penting dalam kehidupan perekonomian perkotaan sekalipun tidak dapat dinafikan bahwa ritel modern bukan hanya konsekuensi dari modernisasi, namun juga memberi kemudahan akses masyarakat untuk memenuhi segala kebutuhan.

Pertama, pasar tradisional merupakan wujud riil perputaran ekonomi masyarakat. Di sini uang beredar di banyak tangan, tertuju dan tersimpan di banyak saku, rantai perpindahannya lebih panjang,

⁵ *Ibid.*

⁶ Ginanjar Kertasasmita, *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: Pustaka Cidesindo, 1996), 35.

sehingga kelipatan perputarannya lebih panjang dan akan terus berputar pada masyarakat. Sebaliknya, ritel modern hanya menjadi perputaran uang para pemilik modal. *Kedua*, pasar tradisional sebagai usaha ekonomi rakyat menjadi pendorong masyarakat menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan kreatif. Sebaliknya, ritel modern hanya memberikan kesempatan masyarakat sebagai pencari kerja. *Ketiga*, pasar tradisional memberikan ruang masyarakat untuk saling berinteraksi, sedangkan ritel modern cenderung meningkatkan budaya konsumerisme.

Kebijakan Publik dan Keberpihakan pada Pasar Tradisional

Pasar tradisional ialah wujud eksistensi usaha perekonomian langsung dari masyarakat yang secara otomatis salah satu cara membangun mental kreatif masyarakat untuk berusaha, bukan mental sebagai tenaga kerja. Dengan begitu, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan perlindungan pedagang tradisional tersebut agar tetap eksis karena hak atas kesejahteraan merupakan bagian dari hak ekonomi yang menjadi salah satu hak dalam kovenan hak ekonomi sosial dan budaya yang telah diratifikasi melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2005. Implementasi perlindungan keberadaan pasar tradisional bisa dilakukan melalui revitalisasi⁷ dan kebijakan atau regulasi yang *pro-sustainability* pasar.

Secara etimologis, istilah kebijakan atau *policy* berasal dari bahasa Yunani “polis” berarti negara, kota yang kemudian masuk ke dalam bahasa Latin menjadi “politia” yang berarti negara. Akhirnya masuk ke dalam bahasa Inggris “policie” yang artinya berkenaan dengan pengendalian masalah-masalah publik atau administrasi pemerintahan. Dalam pengertian lain, kebijakan adalah prinsip-prinsip atau cara bertindak yang dipilih guna mengarahkan pada tindakan pengambilan keputusan. Kebijakan juga bisa diartikan sebagai suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang diproses secara terencana

⁷ Bentuk dari kebijakan revitalisasi sendiri meliputi perbaikan fisik dan non-fisik. Revitalisasi fisik adalah perbaikan bangunan pasar tradisional, penataan dagangan, pengelolaan kebersihan pasar tradisional. Sedangkan revitalisasi non-fisik meliputi pemberdayaan pedagang pasar tradisional melalui pembentukan paguyuban pedagang tradisional, pemberian dana bergulir, pengelolaan keamanan, dan ketertiban pasar.

dan konsisten sebagai upaya pencapaian tujuan tertentu.⁸

Adapun menurut Ealau dan Prewitt dan Titmuss yang dikutip oleh Suharto, kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku dengan dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik bagi pihak yang membuat maupun pihak yang menaatinya. Selanjutnya, kebijakan juga didefinisikan sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan untuk diarahkan pada tujuan-tujuan tertentu.⁹ Kebijakan akan melahirkan pokok bahasan dalam implementasi kerja nyata bagi masyarakat yang mengarah pada satu tujuan bersama yakni pengelolaan pemerintah yang baik. Namun demikian, kebijakan dapat juga melahirkan ketidakadilan.¹⁰ Sedangkan kata publik (*public*) ialah berkaitan dengan negara.

Definisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa "secara luas" kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai "hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya". Definisi lain diberikan oleh Thomas R Dye mengatakan "bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan". Richard Rose menyarankan bahwa kebijakan publik hendaknya dipahami sebagai "serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan sendiri".¹¹

Kebijakan publik dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan Peraturan UU, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi/sosial masyarakat. Oleh karena kebijakan itu merupakan tindakan dan keputusan pemerintah, maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah.

Beberapa kebijakan publik untuk melindungi pasar tradisional, antara lain:

1. Tentang hak ekonomi sosial dan budaya yang telah diratifikasi melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2005;

⁸ Edi Suharto, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2010), 7.

⁹ *Ibid.*, 9

¹⁰ *Ibid.*, 17.

¹¹ Budi Winarno, *Kebijakan Publik: Teori, Proses, dan Studi Kasus*, (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012), 125.

2. Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern;
3. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan-peraturan tersebut mengatur di antaranya adalah tentang zonasi, kemitraan, dan perizinan serta pembinaan. Namun, disayangkan bahwa peraturan tersebut masih bias, tidak universal dan tidak detail sehingga diperlukan instrumen daerah untuk mengatur lebih detail terutama terkait dengan zonasi, perizinan, dan pembinaan pasar tradisional dan ritel modern.

Sebagai contoh Pasal 4 PP 112 Tahun 2007, yang berisi tentang kewajiban Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yaitu:

- a. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil, dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
- b. Memerhatikan jarak antara *hypermarket* dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya;
- c. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter persegi) luas lantai penjualan pusat perbelanjaan dan/ atau toko modern; dan
- d. Menyediakan fasilitas yang menjamin pusat perbelanjaan dan toko modern yang bersih, sehat (higienis), aman, tertib, dan ruang publik yang nyaman.
- e. Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola pusat perbelanjaan dan/atau toko modern dengan pihak lain.
- f. Pedoman mengenai ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b diatur lebih lanjut oleh menteri.

Peraturan tersebut jelas tidak terperinci, sebagaimana pernyataan “memperhitungkan kondisi sosial ekonomi”, maka harus diperjelas pertimbangan ini indikatornya bagaimana dan pembatasan seperti apa, mengingat ini berfungsi menyelamatkan roda perekonomian masyarakat melalui pasar tradisional. Terlebih, ayat penutup untuk pasar tersebut jelas mengarahkan aturan lebih lanjutnya ke menteri, tanpa spesifik menteri apa, meski memang

terdapat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern. Namun Permendag ini tak ubahnya PP yang ada sebelumnya, di mana bukan hanya tidak detail, isi keduanya hampir sepenuhnya sama, bahkan keduanya pada bab-bab yang sama, menyamakan aturan yang sama bagi pasar tradisional dan ritel modern. Sebagai contoh, bab 2 pada kedua peraturan tersebut, sama-sama mengangkat ketentuan pendirian pasar tradisional, pusat pembelian, dan toko modern, sehingga isi bab tersebut mengikat ritel modern dan tradisional dalam ketentuan yang sama, tidak ada indikasi memberikan perlakuan khusus atau kemudahan untuk pasar tradisional.¹²

Pada akhirnya, peraturan yang tidak bersifat detail tersebut wajar jika dipandang kurang mengikat karena memang tidak memberikan batasan jelas sehingga pengaplikasiannya membutuhkan peraturan Pemda yang lebih detail dan adaptif sesuai kondisi riil di masing-masing wilayah.

Dengan demikian, Pemda setempatlah yang kemudian membuat teknis dalam hal pendirian pasar tradisional/modern. Sebagai contoh, suatu toko modern (minimarket) di DKI Jakarta, harus memiliki izin pendirian yang disebut dengan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) yang diterbitkan oleh Gubernur DKI Jakarta. Dalam hal ini, perlakuan tersebut dilaksanakan masa pemerintahan Fauzi Bowo sebagai tujuan menertibkan pendirian IUTM agar tidak menjadi merajalela. Kemudian kewenangan untuk menerbitkan IUTM ini dapat didelegasikan kepada kepala dinas/unit yang bertanggung jawab di bidang perdagangan.

Demikian juga tentang lokasi pendirian dari toko modern, wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota. Ketentuan yang menyebut untuk memerhatikan jarak diatur untuk toko modern kategori *hypermarket* saja, sedangkan pengaturan lokasi untuk minimarket tidak disebutkan.

¹²Lihat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang "Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern". <http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/peraturan-menteri-perdagangan-nomor-70-m-dag-per-12-2013-tentang-pedoman-penataan-dan-pembinaan-pasar-tradisional-pusat-perbelanjaan-dan-toko-modern.pdf>, Diakses 20 April 2016.

Pengaturan lokasi minimarket dalam Pasal 5 ayat (4) Perpres 112/ 2007 disebutkan bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan. Artinya, minimarket bisa membuka gerai hingga ke wilayah pemukiman warga.

Kemudian, Pasal 3 ayat (9) Permendag 53/ 2008 menyebutkan kewajiban bagi minimarket, yaitu pendirian minimarket, baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan atau bangunan lain wajib memerhatikan: kepadatan penduduk, perkembangan pemukiman baru, aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas), dukungan/ketersediaan infrastruktur, dan keberadaan pasar tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut. Namun, Permendag 53/2008 tidak mengatur konsekuensi ataupun sanksi apabila kewajiban di atas dilanggar. Pelaksanaan pengawasan toko modern diserahkan kepada Bupati/Walikota atau Gubernur untuk wilayah DKI Jakarta.

Tentang jarak minimarket diatur pula di dalam peraturan perundang-undangan di tingkat daerah. Untuk wilayah DKI Jakarta misalnya, diatur dalam Keputusan Gubernur DKI Jakarta No. 44 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Kepgub 44/ 2004) yang merupakan peraturan pelaksana dari Peraturan Daerah DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta (Perda DKI 2/ 2002). Berdasarkan Pasal 8 Kepgub 44/2004jo. Pasal 10 huruf a Perda DKI 2/2002, mini swalayan (minimarket) yang luas lantainya 100 m² – 200 m² harus berjarak radius 0,5 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan lingkungan/kolektor/arteri. Berdasarkan Pasal 9 Perda DKI 2/2002, penyelenggara usaha perpasaran swasta (dalam hal ini minimarket) harus memenuhi ketentuan, harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko sekitarnya. Pelanggaran terhadap ketentuan jarak dan mengenai harga barang-barang yang dijual diancam dengan pidana kurungan selama-lamanya 3 bulan atau denda sebanyak-banyaknya 5 juta Rupiah (Pasal 22 ayat [1] Perda DKI 2/2002).¹³

¹³<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4fceff7b57828/ketentuan-tentang-jarak-minimarket-dari-pasar-tradisional>, Diakses 11 Desember 2015.

Berdasarkan Pasal 24 Perda DKI 2/2002, selain dikenakan ancaman pidana terhadap pelanggaran Peraturan Daerah ini dapat dikenakan sanksi administrasi berupa teguran hingga pencabutan izin yang dikeluarkan oleh Gubernur DKI Jakarta. Penegakan sanksi dalam Perda menjadi kewenangan dari Satuan Polisi Pamong Praja, (Satpol PP) sebagai perangkat daerah dalam penegakan Perda dan penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat. Satpol PP dipimpin oleh Kepala Satpol PP yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada gubernur melalui sekretaris daerah (Pasal 1 angka jo. Pasal 2 ayat Permendagri No. 41 Tahun 2011 tentang Pedoman Organisasi dan Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta). Pengaturan jarak minimarket di kabupaten/kota lainnya mungkin berbeda-beda, tetapi di wilayah DKI Jakarta, seperti telah dijelaskan sebelumnya, ditentukan harus berjarak minimal 0,5 km dari pasar terdekat.¹⁴

Selain tidak detail, banyak celah dari pertaturan pemerintah yang bisa dilanggar oleh ritel modern. Sebagai contoh terkait fokus penjualan, barang eceran atau *whole seller*. Ketidakkonsistenan ini terlihat dengan pasal 3 PP No. 112 Tahun 2007, bahwa minimarket, supermarket, dan *hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya.¹⁵ Namun kenyataannya, ritel modern seringkali menawarkan harga yang sangat miring dibanding harga grosir (kulakan) di pasar tradisional sehingga menjadi referensi pedagang eceran ataupun konsumen untuk membeli di ritel modern. Dengan begitu, ini sama halnya dengan memotong alur distribusi, yang semestinya ialah produsen ke *sole agent* ke *whole saler* ke pengecer modern ke pengecer konvensional, dan terakhir ke konsumen.

Potongan harga di ritel modern yang melebihi harga grosir (kulakan) di pasar tradisional dipandang tidak logis dan kemungkinan melanggar Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 tahun 2008 pasal 7, tentang hubungan toko modern dengan pemasok.¹⁶ Berikut ketentuan dalam pasal 7 ayat 2 tentang potongan harga tersebut:

¹⁴*Ibid.*

¹⁵Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, *hukum. unsrat. ac. id/pres/perpres_112_2007.pdf*

¹⁶Pemasok adalah pelaku usaha yang secara teratur memasok barang kepada toko modern dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerja sama usaha. Silahkan rujuk Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-Dag/Per/12/2008 tentang Pedoman

Dalam rangka mewujudkan prinsip sebagaimana dimaksud pada ayat (1), maka wajib memenuhi pedoman sebagai berikut:

- a. Potongan harga reguler (*regular discount*) berupa potongan harga yang diberikan oleh pemasok kepada toko modern pada setiap transaksi jual-beli. Potongan harga reguler ini tidak berlaku bagi pemasok yang memberlakukan sistem harga neto yang dipublikasikan secara transparan ke semua toko modern dan disepakati dengan toko modern;
- b. Potongan harga tetap (*fixed rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh pemasok kepada toko modern tanpa dikaitkan dengan target penjualan yang dilakukan secara periodik maksimum 3 (tiga) bulan yang besarnya maksimum 1% (satu persen);
- c. Jumlah dari potongan harga reguler (*regular discount*) maupun potongan harga tetap (*fixed rebate*) ditentukan berdasarkan presentase terhadap transaksi penjualan dari pemasok ke toko modern, baik pada saat transaksi maupun secara periodik;
- d. Potongan harga khusus (*conditional rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh pemasok, apabila toko modern dapat mencapai atau melebihi target penjualan sesuai perjanjian dagang, dengan kriteria penjualan:
 - 1) Mencapai jumlah yang ditargetkan sesuai perjanjian sebesar 100% (seratus persen) mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 1% (satu persen);
 - 2) Melebihi jumlah yang ditargetkan sebesar 101% (seratus satu persen) sampai dengan 115% (seratus lima belas persen), maka kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5% (lima persen);
 - 3) Melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115% (seratus lima belas persen), maka kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
- e. Potongan harga promosi (*promotion discount*) diberikan oleh pemasok kepada toko modern dalam rangka kegiatan promosi baik yang diadakan oleh pemasok maupun oleh toko modern yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen akhir dalam

Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, http://pasarjaya.co.id/_assets/files/about/Peraturan_Menteri_Dalam_Negeri_Nomor_53_Tahun_2008.pdf, Diakses 09 Desember 2015.

waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara toko modern dengan pemasok;

- f. Biaya Promosi (*Promotion Cost*), yaitu biaya yang dibebankan kepada pemasok oleh toko modern sesuai kesepakatan kedua belah pihak.¹⁷

Dengan begitu, terdapat ketentuan maksimal potongan harga dan pengenaan biaya atas promosi. Hal ini tentunya berdampak pada harga minimal yang bisa dipasang oleh ritel modern seyogyanya tidak melebihi rendahnya harga di pasar tradisional.

Kemudian, pelanggaran ritel modern lainnya ialah inkonsistensi pasal 7 PP No. 112 Tahun 2007, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jam kerja *hypermarket*, *department store*, dan supermarket adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10. 00 sampai dengan pukul 22. 00 waktu setempat.
 - b. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10. 00 sampai dengan pukul 23. 00 waktu setempat.¹⁸

Namun pada kenyataannya, ritel modern tidak menjalankan peraturan tersebut sebagaimana mestinya. Sebagai contoh, Alfamart, Indomart, Circle K, dan Carrefour Express, pada cabang tertentu beroperasi 24 jam penuh bahkan di hari libur nasional. Sedangkan ritel *hypermarket*, seperti Hypermart, Giant, Sogo, dan Carrefour seringkali menyelenggarakan *midnight sale* di mana justru di atas pukul 21. 00 hingga 24. 00, dilakukan promo diskon besar-besaran, pun di pagi hari, seperti Giant dan Superindo, di beberapa cabang tertentu diselenggarakan promo pasar pagi secara temporal, yaitu jam operasional dimulai pukul 06. 00 dan tentunya, diikuti dengan iklan diskon tertentu. Tujuan ritel modern tentu sama, untuk mengajak masyarakat berbelanja, di mana konsumsi tersebut bukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan tawaran diskon yang menarik.

Pada akhirnya, selain inkonsistensi terhadap regulasi agar bisa menguasai pangsa pasar, ritel modern tentunya juga memiliki kekuatan permodalan dan iklan sehingga semua itu berdampak pada tergerusnya kekuatan ritel tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa jika memang negara berkomitmen melindungi ritel tradisional, maka

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

harus mengimplementasikan kebijakan publik yang benar-benar mendukung keberlangsungan pasar tradisional, bukan kebijakan-kebijakan yang selama ini ternyata tidak dapat membendung pesatnya perkembangan ritel modern. Inilah wujud dari Bab 7 Permendag 53/2008 di mana pemerintah berkonsekuensi melakukan pemberdayaan terhadap pengelolaan pasar tradisional

Ekonomi Islam Mewujudkan Kebijakan Publik pada Pasar Tradisional

Kebijakan publik yang diterapkan di Indonesia ternyata sama sekali tidak membendung pertumbuhan ritel modern. Sebaliknya, ritel modern kian melaju pesat dan telah menggeser pola konsumsi masyarakat, dari yang mulanya berkonsumsi di pasar tradisional, kini telah memiliki kebiasaan berkonsumsi di ritel modern. Hal ini disebabkan kebijakan publik yang ada memiliki kelemahan. Salah satu kelemahan dari kebijakan publik yang ada ialah kurangnya unsur ekonomi Islam di dalamnya. Dalam hal ini, ekonomi Islam memiliki beragam konsep yang tentunya mendatangkan masalah dan bersifat solutif atas problematika ekonomi. Hal ini sesuai dengan tujuan ekonomi Islam, yaitu mencapai *falâh* (kemenangan), di mana salah satu indikator untuk mencapai hal tersebut ialah dengan menjaga keberlangsungan eksistensi pasar tradisional yang notabene wujud usaha perekonomian warga negara bukan usaha kapitalis.

Ada beberapa tujuan dalam pelaksanaan ekonomi secara Islam, di antaranya:

1. Memenuhi kebutuhan dasar atas makanan, pakaian, pelindung, obat dan perawatan kesehatan, dan pendidikan untuk manusia.
2. Menjamin persamaan kesempatan bagi semua.
3. Mencegah pemusatan kemakmuran wilayah tertentu saja dan ketidaksamaan dalam distribusi pendapatan dan kemakmuran antarmanusia.
4. Menjamin kebebasan untuk menciptakan kebahagiaan moral.
5. Menjamin stabilitas dan pertumbuhan ekonomi.¹⁹

¹⁹ Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil, (Eds.), *Readings in Microeconomics an Islamic Perspective*, (Malaysia: Longman Malaysia, 1992), 4.

Kelima tujuan tersebut, tujuan nomor tiga menjadi langkah solutif dalam menjaga keberlangsungan pasar tradisional di tengah-tengah kepekaan pasar modern. Tujuan ketiga tersebut adalah “Mencegah pemusatan kemakmuran wilayah tertentu saja dan ketidaksamaan dalam distribusi pendapatan dan kemakmuran antarmanusia”. Dengan adanya distribusi pendapatan dengan cara pembagian sebagian hasil penjualan produk kepada faktor-faktor produksi yang ikut menentukan pendapatan, dapat ikut membantu keberpihakan pemerintah pada sektor UMKM.²⁰

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.²¹

Hal ini sesuai dengan prinsip utama dari sistem ekonomi Islam, yaitu adalah peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, yang mengarah pada pembagian kekayaan yang merata di berbagai kalangan masyarakat yang berbeda dan tidak hanya berfokus pada beberapa golongan tertentu.²² Untuk itu Islam memberikan prinsip dasar distribusi pendapatan dan kekayaan yang terdapat pada al-Qur’an Surah al-Hasyr [59]: 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ
كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasulullah yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.”

Ayat di atas menunjukkan bahwa Islam mengatur distribusi harta dan pendapatan kepada semua masyarakat sehingga tidak menjadi sirkulasi di antara golongan orang kaya saja. Beberapa strategi untuk mewujudkan keadilan distribusi tersebut ialah melalui zakat, infak, dan hibah. Aturan ini diberlakukan agar tidak terjadi

²⁰Lincoln Arsyad, *Ekonomi Pembangunan*, Edisi 4, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2004), 52.

²¹Taqyuddin al-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif; Prespektif Islam*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1996), 35.

konsentrasi harta pada golongan kaya saja sekaligus menghindari monopoli komoditas.

Pemerataan ini tentunya juga berkaitan dengan roda perekonomian perdagangan, di mana konsentrasi perdagangan bukan hanya pada pelaku usaha besar (*capital*) yang notabene ritel modern, namun juga pelaku usaha rakyat, yang merupakan masyarakat dengan keinginan mengais rezeki melalui berdagang di pasar tradisional, sekalipun modal cenderung pas-pasan. Inilah wujud usaha ekonomi rakyat yang semestinya didukung oleh pemerintah dan masyarakat sebagai konsumen. Jika perputaran perdagangan bisa merata, maka merata pula pemasukan bagi rakyat. Namun sebaliknya, jika ritel modern terus merajalela dan dengan kekuatan modalnya mampu menjamu konsumen dengan kenyamanan dan harga murah, maka tidak heran jika konsumen terus beralih ke ritel modern. Akibatnya, “mati suri” pelaku usaha rakyat di pasar tradisional bukanlah hal mustahil.

Upaya menjaga keberlangsungan pasar tradisional bukan hanya wujud pentingnya distribusi pendapatan, namun juga merupakan perwujudan dari pembatasan praktik monopoli ritel modern. Disampaikan oleh Yousuf Kamal Muhammad, bahwa Islam meyakini hanya distribusi pendapatanlah yang bisa menciptakan pemerataan kekayaan antara yang kaya dan miskin sehingga menghindari kemiskinan dan monopoli kekayaan. Lebih lanjut, dalam konsep Islam, kebutuhan yang hanya mengutamakan kepentingan individu berakibat buruk dalam sosial masyarakat. Islam juga menganjurkan keseimbangan kebutuhan dunia dan akhirat.²³

Muhammad Nejatullah Siddiqi menyampaikan dua hal yang menjadi alasan pentingnya kebijakan yang membatasi monopoli perdagangan, antara lain:

1. Bahwa pengaruh Islam telah menolak dan membubarkan praktik monopoli dan menganjurkan kompetisi industri yang sehat.
2. Bahwa monopoli hanya akan menyerap praktik ekonomi yang tidak memiliki karakter sosial dan tidak dapat mengutamakan

²² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Waqof, 1995), 92-93.

²³ Yousuf Kamal Muhammad, *The Principles of The Islamic Economic System*, (Kairo: Islamic Inc. Publishing & Distribution, 1963), 161.

pembentukan barang yang bermanfaat bagi masyarakat.²⁴

Abd al-Sami' al-Mishriy menceritakan bahwa Rasulullah SAW ketika sampai ke Madinah, setelah membangun masjid, pendidikan, dan pemerintahan, beliau membangun sebuah pasar untuk kaum Muslimin dengan tujuan melepaskan mereka dari monopoli kaum Yahudi dan penguasaan mereka terhadap ekonomi kota Madinah. Rasulullah SAW mengatur perdagangan sesuai peraturan-peraturan baru, seperti: kebebasan dagang, keadilan, pelarangan segala bentuk tipu daya, monopoli, dan penipuan, dan melarang segala keburukan sistem perdagangan kaum Yahudi yang serupa dengan sistem kapitalis.²⁵ Keberpihakan Islam terhadap keberlangsungan pasar bahkan dijelaskan dalam al-Qur'an surah al-Furqan [25]: 20: *"Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar."*

Adapun Syed Omar Syed Agil juga menjelaskan hal ini melalui contoh kondisi ketika merkantilisme. Dijelaskannya bahwa pada awal masa merkantilisme, pedagang sulit mendapatkan laba tinggi karena dua faktor utama:

1. Kebijakan merkantilisme menguntungkan perusahaan besar melalui hak monopoli produk atau barang.
2. Tekanan agama yang dibendung dari pengajaran Gereja Katolik kemudian membendung kesejahteraan. Hal ini menghormati kemakmuran dan kekayaan ekonomi yang kontradiktif dengan pengajaran Katolik, di mana ada pengajaran: jika jauh dari gereja, maka pedagang akan masuk neraka.²⁶

Sebagai bahan catatan, menarik menyimak pernyataan Muhammad Nejatullah Siddiqi tentang monopolis. Dikatakannya, bahwa seorang monopolis mempunyai kekuatan lebih besar daripada pasar yang bersaing. Seorang monopolis mempunyai kemampuan mengubah jumlah persediaan barang sesuai keinginannya. Ia dapat menurunkan harga dan memperbesar persediaan barang. Jika ingin menyediakan barang mahal, maka ia dapat menyediakan dalam jumlah sedikit. Ini menunjukkan adanya maksimalisasi laba yang merupakan bentuk sekular dalam pola monopoli perusahaan atau

²⁴ Sayyid Tahir, et al., *Reading...*, 167.

²⁵ 'Abd al-Sami' al-Mishriy, *al-Maṣīf al-Islāmiyy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan*, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1998), 7.

²⁶ Sayyid Tahir, et al., *Reading...*, 33.

produsen tertentu.²⁷ Dalam hal ini, ritel modern yang memang sudah memonopoli peredaran penjualan barang seyogyanya harus dibendung dengan strategi pembatasan monopoli. Dengan adanya pembatasan monopoli, maka ritel tradisional bisa terus terlibat dalam arus penjualan dan distribusi barang.

Penutup

Pentingnya menjaga kesejahteraan rakyat merupakan tuntutan dari ekonomi Islam untuk negara. Di antara gagasan mewujudkan kesejahteraan yang harus direvitalisasi sekarang ialah konsep distribusi pendapatan dan pembatasan monopoli dari pemilik modal. Kedua konsep ini dinilai sangat penting untuk dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan publik yang berpihak pada perlindungan eksistensi pasar tradisional.

Dalam implementasinya, konsep tersebut dapat dimasukkan dalam implementasi kebijakan publik, yakni pengendalian dan pemberdayaan. Pengendalian dilakukan terhadap ritel modern melalui kewajiban memiliki izin gangguan yang mensyaratkan zonasi sebagai pertimbangan pemberian izin agar akses ritel modern tidak memonopoli area-area yang bisa digunakan sebagai lokasi ritel tradisional. Sedangkan pemberdayaan dilakukan terhadap pedagang pasar tradisional, melalui program kemitraan, pendanaan, dan peningkatan profesionalitas pengelola pasar. Program kemitraan ini salah satunya melalui kemitraan dengan produsen agar distribusi alur barang produksi dapat merata antara ritel modern dan tradisional sehingga ritel tradisional berkesempatan merasakan distribusi pendapatan dari hasil usahanya.

Tentunya, masih banyak strategi untuk mewujudkan kebijakan publik yang berpihak pada ritel tradisional. Namun semua akan sia-sia jika pemerintah menempatkan kebijakan publik dibuat untuk membantu pasar tradisional bukan menempatkan kebijakan publik sebagai kewajiban yang memang harus diimplementasikan karena tugas negara menjaga dan melindungi ekonomi rakyatnya. Pada akhirnya, distribusi pendapatan dan pembatasan monopoli merupakan rekomendasi yang sangat penting agar pemerintah bisa mewujudkan kebijakan yang memiliki keberpihakan pada ekonomi masyarakat.[]

²⁷*Ibid.*, 173.

Daftar Pustaka

- Arsyad, Lincolin. 2004. *Ekonomi Pembangunan*, Edisi 4. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Ghazali. 2013. "Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Dunia Usaha: Peran Problematikan dan Strategis Pengembangan", *Artikel* pada The International Seminar and Innaguration of Sahabat Financial Institut, Jakarta 12 Juni 2013. <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4fceff7b57828/ketentuan-tentang-jarak-minimarket-dari-pasar-tradisional>, Diakses 11 Desember 2015.
- Huda, Nurul. , Dkk. 2015. *Ekonomi Pembangunan Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Kertasasmita, Ginanjar. 1996. *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: Pustaka Cidesindo.
- Al-Mishriy, 'Abd al-Sami'. 1998. *Al-Maṣrif al-Islâmiy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Muhammad, Yousuf Kamal. 1963. *The Principles of The Islamic Economic System*. Kairo: Islamic Inc. Publishing & Distribution.
- Al-Nabhani, Taqyuddin. 1996. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif; Prespektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang "Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern". <http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/peraturan-menteri-perdagangan-nomor-70-m-dag-per-12-2013-tentang-pedoman-penataan-dan-pembinaan-pasar-tradisional-pusat-perbelanjaan-dan-toko-modern.pdf>, Diakses 20 April 2016.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-Dag/Per/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, http://pasarjaya.co.id/_assets/files/about/Peraturan_Menteri_Dalam_Negeri_Nomor_53_Tahun_2008.pdf, Diakses 09 Desember 2015.
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf
- Rafiq, Aunur. 2014. *Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan*. Jakarta: Republika.

- Rahman, Afzalur. 1995. *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*. Yogyakarta: PT. Dana Bakti Waqof.
- Suharto, Edi. 2010. *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Tahir, Sayyid. , et al. (Eds.), 1992. *Readings in Microeconomics an Islamic Perspective*. Malaysia: Longman Malaysia.
- Winarno, Budi. 2012. *Kebijakan Publik: Teori, Proses, dan Studi Kasus*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.