

ANALISIS PASAR JOHAR SEBELUM DAN SESUDAH RELOKASI

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Syarat Skripsi

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1



Disusun Oleh:

Umi Ismiyatun 132411125

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2018

Dr. H. Musahadi, M. Ag

Jln. Permata Ngaliyan II, No. 62 RT/RW 10/03 Ngaliyan Kota Semarang

Mohammad Nadzir, SHI., MSI.

Perum Taman Beringin Elok H-19 Rt.06/Rw.XII Beringin Ngaliyan Semarang
50181

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Umi Ismiyatun

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Umi Ismiyatun

NIM : 132411125

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **ANALISIS PASAR JOHAR SEBELUM DAN SESUDAH
RELOKASI**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Musahadi, M. Ag

NIP: 19690709199403 1 003

Semarang, 24 Juli 2018

Pembimbing II

Mohammad Nadzir, SHI., MSI.

NIP: 19730923 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Semarang Telp/Fax. (024)7 601291

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Umi Ismiyatun
NIM : 132411125
Judul : ANALISIS PASAR JOHAR SEBELUM DAN
SESUDAH RELOKASI

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal:

24 Juli 2018

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) tahun akademik 2017/2018

Semarang, 24 Juli 2018

Ketua Sidang

A. Turmudi, SH., M. Ag
NIP. 196907082005011004

Penguji I

Sekretaris Sidang

Mohammad Nadzir, SHI., MSI
NIP: 197309232003121002

Penguji II

Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag
NIP. 197003211996031003

Pembimbing I

Dr. H. Musahadi, M. Ag
NIP: 196907091994031003

Dr. H. Nur Fatoni, M. Ag
NIP. 197308112000031004

Pembimbing II

Mohammad Nadzir, SHI., MSI
NIP: 19730923 2003121002



MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

*Bapak dan mamak tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya,
perhatiannya, do'anya serta kerja kerasnya dengan tulus.*

Buat adik-adikku tercinta yang selalu memberikan semangat.

*Seluruh keluarga besarku, yang telah tulus mendoakan, memotivasi, dan memberi
nasihat yang sangat bermanfaat*

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 08 Agustus 2018



Umi Ismiyatun
132411135

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

Huruf	Nama	Penulisan	Huruf	Nama	Penulisan
ا	<i>Alif</i>	‘	ط	<i>Tho</i>	Th
ب	<i>Ba</i>	B	ظ	<i>Zho</i>	Zh
ت	<i>Ta</i>	T	ع	<i>‘Ain</i>	‘
ث	<i>Tsa</i>	<u>S</u>	غ	<i>Gain</i>	Gh
ج	<i>Jim</i>	J	ف	<i>Fa</i>	F
ح	<i>Ha</i>	<u>H</u>	ق	<i>Qaf</i>	Q
خ	<i>Kha</i>	Kh	ك	<i>Kaf</i>	K
د	<i>Dal</i>	D	ل	<i>Lam</i>	L
ذ	<i>Zal</i>	<u>Z</u>	م	<i>Mim</i>	M
ر	<i>Ra</i>	R	ن	<i>Nun</i>	N
ز	<i>Zai</i>	Z	و	<i>Waw</i>	W
س	<i>Sin</i>	S	ه	<i>Ha</i>	H
ش	<i>Syin</i>	Sy	ء	<i>Hamzah</i>	‘
ص	<i>Sad</i>	Sh	ي	<i>Ya</i>	Y
ض	<i>Dlod</i>	Dl	ة	<i>Ta</i> <i>(marbutoh)</i>	<u>T</u>

Bacaan Madd:

a> = a panjang
i> = i panjang
ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = وَا
ai = أَي
iy = يِ

ABSTRAK

Pasar merupakan pusat aktivitas perekonomian dalam suatu daerah, yang di dalamnya tidak terlepas oleh peran penjual atau pedagang dan pembeli. Pasca kebakaran untuk mengembalikan kembali fungsinya pemerintah Kota Semarang menerapkan kebijakan merelokasi pedagang. Reloksi merupakan pemindahan dari lokasi lama ke lokasi baru yang sifatnya permanen dan/atau sementara. Relokasi sebagai solusi apabila telah di lakukan perbaikan, pembangunan, dan pembongkaran agar lebih tertata atau pun perbaikan, pembangunan, pembongkaran dan penataan kembali bangunan karena suatu bencana, seperti yang terjadi di pasar Johar saat ini. Dalam penerapan kebijakan tersebut hal utama yang harus diperhatikan adalah kemaslahatan dan keadilan bagi semua pihak.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi? Bagaimana pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat komparasi.

Hasil penelitian menunjukkan pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi bahwa; a) Lokasi, pasar Johar sebelum relokasi strategis. Sedangkan lokasi pasar Johar setelah relokasi lokasinya kurang yang mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Johar menurun bila dibandingkan dengan lokasi terdahulu hal ini belum sesuai dengan PerMen No.20 Tahun 2012. b) Bangunan dan Tata letak, pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi memiliki bangunan sesuai dalam PerMen No.20 Tahun 2012, akan tetapi ukuran pasar Johar setelah relokasi memiliki ukuran yang lebih kecil dari pada sebelum di relokasi. Mengenai tata letak, pasar Johar sebelum relokasi para pededagang berada pada zonasi sesuai dengan jenis barang dagangan. Sedangkan pada pasar Johar sesudah relokasi terdapat beberapa pedagang yang tidak berada berdasarkan zonasi jenis barang dagangan. c) Mengenai sarana pendukung atau fasilitas-fasilitas penunjang antara pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi memiliki fasilitas yang sama, seperti yang disebutkan dalam PerMen No. 20 Tahun 2012. Hanya area parkir di pasar Johar sebelum relokasi yang kondisinya kurang memadai. Dari kondisi tersebut memberikan dampak terhadap kondisi para pedagang. Dimana pendapatan pedagang menurun sesudah pasar Johar di relokasi, sehingga berdampak pula terhadap modal pedagang yang sulit berputar karena barang yang terjual sedikit, sehingga pedagang sulit mengembangkan usaha mereka. Kemudian Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut: a) Dari segi *dharuriyah*, Pasar johar sebelum dan sesudah relokasi sudah memenuhi konsep *dharuriyah* karena terdapat bangunan dalam pasar, pasar Johar setelah relokasi dari sisi penentuan lokasi konsep *dharuriyah* nya belum terpenuhi. b) Dari segi *hajiyah*, Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi juga sudah memenuhi konsep *hajiyah*. c) Dari Aspek *Tahsiniah*, mengenai kondisi bangunan pasar Johar sebelum relokasi telah memenuhi konsep tersebut. sedangkan pasar Johar sesudah relokasi belum memenuhi konsep *Tahsiniah* karena masih dalam kondisi darurat pasar Johar sesudah relokasi bentuk

bangunannya sangat sederhana. Akan tetapi dari segi tata letak pasar telah memenuhi konsep *Tahsiniah*, pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi sangat rapi. Pada umumnya pasar tradisional terkesan kumuh, becek dan tidak teratur. Tetapi hal ini tidak akan terlihat di pasar Johar sebelum maupun sesudah relokasi, karena semuanya tertata dengan baik, bersih dan rapi.

Kata Kunci : *Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi, dan Perspektif Islam*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW.

Skripsi yang berjudul “**Analisis Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi**” ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) jurusan Ekonomi Islam (EI), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Ahmad Furqon LC, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Dr. H. Musahadi, M. Ag. Selaku pembimbing I dan Bapak Mohammad Nadzir, SHI., MSI. selaku pembimbing II yang telah membina dan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
5. Dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Dinas pasar Johar beserta pengelola dan pedagang pasar Johar Kota Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di sana.
7. Segenap keluarga tercinta khususnya kedua orang tua penulis Bapak Sutarno dan Mamak Siti Mukhoyanah yang telah memberikan kasih sayangnya, dukungannya, do'a serta rela berkorban segalanya demi masa depan penulis. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan bagi keduanya di dunia dan di akhirat. Serta untuk adik-adikku tercinta Rizal Safi' Romadlon, Elvi Khoirin Nisa', dan Alfina Lutfatul Aini, semoga kelak menjadi anak yang sholeh yang selalu membahagikan kedua orang tua.

8. Segenap keluarga jurusan Ekonomi Islam angkatan 2013, khususnya untuk kelas EI D 2013 (Rika, Indri, Izza, Alvi, Oyong, Sarah, Wull, Sisca, Emon, Masitoh, dll) yang telah bersama-sama merajut kenangan indah, baik suka maupun duka selama ini. Semoga Allah selalu memberikan karuniaNya kepada kalian dan semoga sukses selalu menyertai kita semua. Aamiin.
9. Segenap keluarga besar UKM PSHT UIN Walisongo Semarang, dan serta saudara-saudaraku seperjuangan GANAS (Fika, Sofi, Eva, Septi, Bella, Mbak Lina, Mbak Vina, Mbak Fina, Respek, Imam, Nafis, Zakaria, Hadi, Edi, Fahmi, Amra, Kholis, Nurul, Anita, Ida, Renita, Restu) yang selalu memberikan motivasi dan semangat. Terimakasih banyak karena kalian telah menjadi bagian dari cerita hidupku
10. Sahabat-sahabatku (Eni, Cilvia, Tari, Rahma, Susi) yang selalu memberikan keceriaan dan semangat selama perjalanan hidupku.
11. Teman-teman KKN posko 5 ds. Candigaron, Kec. Sumowono, Kab. Semarang (Kaka Ina, Finda, Zeng, Afifah, Haidar, Ria, Luluk, Sofi, Ve, Asih, Shella, dan Hakim) terimakasih atas semangat dan dukungannya serta semua kegilaan dan kebersamaan selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin,

Semarang, 08 Agustus 2018
Penulis

Umi Ismiyatun
132411125

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	16
2. Sumber Data	17
3. Teknik Pengumpulan Data	18
4. Teknik Analisis Data	19
G. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Pasar	22
B. Lokasi	29

C. Relokasi.....	32
D. Dampak Ekonomi.....	33
E. Pendapatan	35
F. Pengelolaan Pasar Pespektif Islam.....	36
BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	41
A. Letak Geografis Kota Semarang	41
B. Profil Pasar Johar	42
C. Pasar Johar Sebelum Relokasi.....	45
D. Pasar Johar Sesudah Relokasi	48
E. Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi Persepsi Para Pedagang	52
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
A. Analisis Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi	59
B. Analisis Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi Dalam Perspektif Islam.....	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	73
C. Penutup.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 Data Informan Pedagang Pasar Johar
- Tabel 4.1 Rata-rata Omset Penjualan Per Hari Pedagang Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Dampak sosial ekonomi relokasi pedagang kaki lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, oleh Mochammad Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah.
- Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pasar Johar

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini pertumbuhan ekonomi dan perkembangan wilayah akan dipengaruhi oleh beberapa sistem aktivitas, salah satunya adalah perdagangan. Salah satu indikator tingkat kemajuan dibidang ekonomi dilihat dari frekuensi kegiatan disektor perdagangan. Aktivitas perdagangan akan selalu membutuhkan fasilitas yang berupa ruang dengan prasarana dan sarana yang memadai untuk mewedahi aktivitas tersebut. Pasar merupakan salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut.¹ Berdasarkan jenis cara transaksinya pasar terbagi menjadi dua, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar moden adalah pasar yang dikelola secara modern dengan fasilitas yang lebih baik dari pasar tradisional.² Tidak ada proses tawar menawar dalam pasar modern, harga di pasar modern cenderung tetap.

Sedangkan menurut Perpres no. 112 tahun 2007 tentang Peraturan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.³

¹ Nel Arianty “Analisis Perbedaan Pasar Moden dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Menawar Pasar Tradisional”, *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, Vol. 13, No. 01, April 2013.

²Yuyun Alamsyah, “Antisipasi Pasar Global: Bisnis Fast Foot Ala Indonsia”, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009, hlm. 106.

³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomer. 112 Tahun 2007 tentang Peraturan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Terdapat 4 fungsi yang dapat diperankan oleh pasar tradisional, yaitu:

1. Pasar tradisional merupakan tempat dimana masyarakat dan berbagai lapisan memperoleh barang-barang kebutuhan harian dengan harga yang relatif terjangkau, karena memang sering kali relatif lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pasar modern. Dengan kata lain pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi masyarakat kecil.
2. Pasar tradisional merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas, terutama yang bermodal kecil.
3. Pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah, lewat retribusi yang ditarik dari para pedagang.
4. Akumulasi aktiva jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam perhitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional maupun nasional.⁴

Fungsi penting pasar tradisional selain sebagai muara dari produk-produk rakyat di sekitarnya juga merupakan lapangan kerja yang sangat berarti bagi masyarakat. Keberadaan pasar tradisional juga harus mendapatkan perhatian lebih serius dari pemerintah. Keberpihakan pemerintah dalam hal ini menjadi penting, mengingat aset pasar adalah milik pemerintah dan pedagang hanya memegang hak pakai. Pemerintah wajib melindungi pasar sebagai upaya terpadu guna membangun daya tahan pasar yang berkelanjutan dan mampu memberdayakan pasar sebagai ruang kegiatan ekonomi dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat.⁵

Dalam memperdayakan ekonomi kerakyatan, sesungguhnya dalam pandangan Islam juga mendukung akan hal tersebut, seperti dukungannya terhadap ide keberdayaan, kemajuan, dan jelasnya akan peradaban bisnis dan perdagangan. Islam secara ketat memacu umatnya untuk bergiat dalam aktivitas keuangan dan usaha-

⁴Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, “*Dampak Relokasi Pasar*” (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun 2012.

⁵ Siti Fatimah Nurhayati, “*Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*”, (Studi Kasus Pada Pasar Brinjarjo Kota Yogyakarta), *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Vol. 18, No. 1, Juni 2014.

usaha yang meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Karena pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi.

Berkaitan dengan pembahasan mengenai Pasar tradisional atau pun perdagangan, di Jawa Tengah tepatnya di Kota Semarang berdasarkan data, secara keseluruhan pasar tradisional di Kota Semarang sebanyak 67 buah. Untuk pasar kota sebanyak 9 buah yang terdapat di Kecamatan Semarang Selatan, Semarang Tengah, Banyumanik, Ngaliyan dan Kecamatan Semarang Timur. Kecamatan Semarang Selatan dan Semarang Tengah memiliki jumlah pasar kota terbesar yaitu masing masing 3 buah. Sedangkan pasar wilayah terdapat di Kecamatan Gunungpati 1 buah, Pedurungan 2 buah, Semarang Selatan 3 buah, Semarang Tengah 5 buah, Candisari 2 buah, Gayamsari dan Mijen masing masing 1 buah, Ngaliyan 2 buah, dan Kecamatan Semarang Barat 4 buah, sehingga jumlah total pasar wilayah yang ada di Kota Semarang sebanyak 21 buah. Selain itu juga terdapat pasar skala lingkungan dengan lokasi yang rata rata menyebar di wilayah Kota Semarang dengan jumlah total 37 buah yang tersebar di Kecamatan Genuk, Pedurungan, Banyumanik, Gayamsari, Mijen, Ngaliyan, Semarang Barat, Semarang Timur, Semarang Utara, Tembalang, Tugu, dan kecamatan Gajahmungkur.⁶

Salah satu pasar Tradisional yang paling tersohor di Kota Semarang adalah pasar Johar. Pasar Johar sudah menjadi ikon perekonomian kota Semarang sejak dulu, perkembangannya sejak tahun 1860 memiliki fenomena tersendiri, Pasar Johar tak hanya melayani pedagang dan pembeli di Semarang saja namun mencakup hingga luar Semarang, pasar Johar memiliki skala pelayanan hingga tingkat regional Jawa Tengah. Letaknya yang strategis di depan Masjid Kauman Semarang ini didukung

⁶Afif Noor, “*PERLINDUNGAN TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI TENGAH EKSPANSI PASAR RITEL MODERN*”, *Jurnal Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang*, Vol. IV, Edisi 2, November 2013.

oleh dekatnya dengan wisata kota lama yang cukup digemari wisatawan dan dekat pula dengan stasiun kereta Api dan Hotel, harganyapun cukup dikenal murah oleh masyarakat sehingga pasar johan cenderung tidak pernah sepi pengunjung.

Isu kebijakan penataan pasar sudah tersebar sejak lama namun terhambat oleh penolakan pedagang yang enggan dipindah karena khawatir akan kelancaran transaksi jual beli yang sebelumnya memang cukup menguntungkan. dan pemindahan pedagang ke relokasi pasar Johar yang terletak disebelah Masjid Agung Jawa Tengah itu baru terealisasi di akhir tahun 2016 itu pun karena adanya peristiwa kebakaran pada mei 2015.

Sebagai salah satu pasar terbesar dan termmodern di Asia Tenggara sekitar tahun 1930-an, pasar johan sangatlah penting bagi Kota Semarang maupun Jawa Tengah. Kini pasar johan megalami musibah setelah Mei 2015 terbakar. Untuk menyelamatkan para pedagang agar terus menjalankan roda perekonomiannya terus berjalan, maka para pedagang diberi tempat yang berada di sekitar Masjid Agung Jawa Tengah.⁷

Pasca musibah kebakaran dalam rangka mengoptimalkan fungsi pasar pemerintah Kota Semarang menerapkan kebijakan berupa revitalisasi. Salah satu bentuk kebijakan revitalisasi pasar adalah relokasi yaitu pemindahan lokasi pasar dari satu tempat ke tempat yang lain. Pada dasarnya kebijakan relokasi pasti menimbulkan dampak, terlebih dampak ekonomi terhadap para pelaku ekonomi didalamnya.

Dampak dari perpindahan atau relokasi pasar Johar ke Kawasan MAJT bagi para pedagang tentu sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung, pembeli, pelanggan atau konsumen, kondisi para pedagang yang kocar kacir tentu menyulitkan mereka untuk berbelanja, mereka akan menghabiskan waktu lebih lama untuk mencari barang belanjaan yang sudah direncanakan sebelumnya, ditambah dengan fasilitas atau infrastruktur seperti minimnya transportasi umum menuju relokasi. .

⁷Dotsemarang, “Relokasi Pasar Johar Semarang”, <http://dotsemarang.blogspot.co.id>, diakses pada 19 September 2017, pukul 10.01 WIB

Sebagai tempat relokasi yang tidak dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti tidak adanya akses transportasi umum menuju relokasi MAJT. Sehingga hal itu menyebabkan relokasi MAJT sepi dan tidak maksimal. Parahnya, akibat kondisi pengelolaan relokasi yang tidak maksimal itu menyebabkan para pedagang kecil banyak yang gulur tikar alias bangkrut. Relokasi Pasar Johar di Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) sampai sekarang dalam kondisi memprihatinkan. Mereka dalam kondisi kocar-kacir meninggalkan kios dan menyebar di sejumlah tempat karena beralasan relokasi tersebut sepi. Kondisi pedagang di tempat relokasi Pasar Johar Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), yang bertahan di sana saat ini hanya grosir. Sedangkan pedagang pengecer banyak yang mati atau gulung tikar.⁸

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai “ANALISIS PASAR JOHAR SEBELUM DAN SESUDAH RELOKASI”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi?
2. Bagaimana pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :
 - 1) Untuk mengetahui kondisi pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi.
 - 2) Untuk mengetahui pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam.
2. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

⁸Ellya, “Relokasi MAJT Sepi Pembeli, Ribuan Pedagang Pasar Johar Bangkrut”, <http://beritajateng.net>, diakses pada 30 Agustus 2017, pukul 14.35 WIB

1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan khasanah keilmuan pada umumnya dan ilmu ekonomi islam pada khususnya yang berhubungan dengan perbandingan pasar sebelum dan sesudah relokasi.

2) Manfaat Praktis

Untuk memberikan masukan dan solusi yang tepat mengenai masalah dari pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi.

3. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka memuat uraian sistematis tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (*previous finding*) yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hal tersebut penulis berusaha menelaah karya ilmiah sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya;

1. Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sebelum Dan Sesudah Program Relokasi Di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima Di Lapangan Merdeka), Oleh Puti Andiny dan Agus Kurniawan, 2017.⁹

Penelitian ini menganalisis perbedaan pendapatan PKL sebelum dan sesudah adanya program relokasi serta menganalisis persepsi PKL terhadap kebijakan yang di terapkan pemerintah terkait program relokasi. Data yang digunakan adalah data sekunder dan primer yang bersumber dari hasil penelitian dengan responden sebanyak 83 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan metode sampling jenuh,

⁹ Puti Andiny dan Agus Kurniawan, “Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Sebelum Dan Sesudah Program Relokasi Di Kota Langsa” (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima Di Lapangan Merdeka), *Jurnal Samudra Ekonomika*, Universitas Samudra Langsa Aceh, VOL. 1, No.2, Oktober 2017.

analisis dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan PKL sebelum dan sesudah adanya program relokasi, adapun pendapatan PKL setelah di relokasi menjadi menurun. Kemudian sebagian besar para PKL tidak setuju terhadap kebijakan yang di terapkan pemerintah terkait program relokasi.

2. Dampak Relokasi Pasar Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang, oleh Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, 2012.¹⁰

Menyatakan bahwa relokasi Pasar Sampangan merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Semarang dalam rangka memenuhi tuntutan pembangunan pasar semi modern yang lebih terkesan bersih, nyaman, aman, serta mudah mendapatkan kebutuhan masyarakat dengan sistem zonasi yang diterapkan. Namun para pedagang pasar tradisional ini belum terbiasa dengan penempatan sistem zonasi. Dengan perpindahan para pedagang ke Pasar Sampangan baru, tidak diikuti dengan peningkatan pendapatan, ada kecenderungan merugi jika dibandingkan waktu masih berjualan ditempat yang lama. Mereka mengaku kehilangan pelanggan karena dengan sistem zonasi. Para pengunjung maupun pedagang lain di pasar tersebut enggan naik ke lantai atas karena banyak pedagang makanan di luar pasar yang menjajakan dagangannya ke pedagang lantai bawah secara berkeliling. Disisi lain apabila dilihat dari pedagang sekitar pasar, dengan adanya pasar semi modern sangat menguntungkan. Demikian para pembeli merasa nyaman dalam berbelanja. Namun masih ada keluhan bagi pembeli yang sudah lansia apabila ada kebutuhan dilantai atas, maka tidak bisa belanja karena harus berjalan naik tangga.

3. Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Sebelum Dan Sesudah Relokasi (Studi Kasus di Pasar SMEP Tanjung Karang Kota Bandar Lampung), Oleh M. Rendi Aulia Yudha.¹¹

¹⁰Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, “*Dampak Relokasi Pasar*” (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun 2012.

Kondisi ekonomi pedagang sebelum dan sesudah relokasi Pasar SMEP adalah: a) Sebelum relokasi, kunjungan pembeli kepada para pedagang relatif tinggi, karena pembeli masuk ke dalam pasar yang terkonsentrasi. Rata-rata penghasilan dan keuntungan pedagang mampu memenuhi kebutuhan para pedagang dan keluarganya, dan serta mampu memutar modal usahanya secara konsisten dan berkelanjutan. b) Sesudah relokasi, Kunjungan Pembeli setelah direlokasi, para pedagang tidak berada di dalam Pasar SMEP dan memencar antara satu kelompok pedagang dengan pedagang lainnya. Rata-rata keuntungan pedagang mengalami penurunan, sehingga pedagang mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup.

4. Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar, oleh Aldinur Armi, dkk.¹²

Menyatakan bahwa relokasi Pasar Dinoyo ke PPS Marjosari terdapat dampak ekonomi yang muncul adalah akses ekonomi yang lebih terbuka pada masyarakat Marjosari, sedangkan dampak negatif ekonomi yang terjadi adalah beberapa pedagang mengalami penurunan pendapatan karena konfigurasi kios pedagang tidak sama seperti saat masih di pasar Dinoyo sehingga jika di pasar sebelumnya beberapa pedagang mendapat kios yang strategis dan pada saat relokasi mendapat kios yang tidak strategis maka akan berakibat turunnya pendapatan beberapa pedagang.

5. Dampak Relokasi Tempat Jualan Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam, oleh Siti Fatimah.¹³

Menyatakan bahwa alasan mendasar pemerintah Kabupaten Kampar dalam merelokasi tempat jualan di Pasar Air Titis adalah untuk merenovasi Pasar lama

¹¹ M. Rendi Aulia Yudha, “*Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Sebelum Dan Sesudah Relokasi*”, (Studi Kasus di Pasar SMEP Tanjung Karang Kota Bandar Lampung), *Skripsi* Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung, 2017.

¹² Aldinur Armi, et al, “*Dampak Sosoal Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar*”, (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*, Vol. 04, Nomer. 10.

¹³ Siti Fatimah, “*Dampak Relokasi Tempat Jualan Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam*” (Studi Kasus Pasar Air Titis Kecamatan Kampar), *Skripsi* Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014.

supaya bersih dan nyaman bagi para pedagang maupun pembeli. Dan jalan-jalan setapak yang ada dalam pasar agar dapat dikosongkan supaya lalu lintas lancar dan terhindar dari kemacetan. Dampak relokasi tempat jualan terhadap tingkat pendapatan pedagang kaki lima di Pasar Air Titis Kecamatan Kampar, dapat disimpulkan bahwa kebersihan dan keindahan Pasar setelah di relokasi dinilai kurang bersih. Keadaan tempat jualan pedagang kaki lima dibandingkan sebelum pasar direlokasi dinilai cukup baik. Sebelum pasar di relokasi pedagang kaki lima pada umumnya memiliki pelanggan tetap. Relokasi tempat jualan tidak mempengaruhi pedagang kaki lima akan kehilangan pelanggan. Sebelum Pasar di relokasi sebagian besar pendapatan pedagang kaki lima adalah kurang lebih Rp. 500.000,-. Sedangkan setelah Pasar di relokasi sebagian besar pendapatan pedagang kaki lima adalah kurang lebih Rp. 2.000.000,-. Bila dilihat dari sisi Ekonomi Islam bahwasanya pekerjaan yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima di Pasar Air Titis Kecamatan Kampar tidak bertentangan dengan Ekonomi Islam, karena pekerjaan yang dilakukan mereka tidak ada yang merugikan pihak lain dan juga tidak bertentangan dengan agama.

6. Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa (Kasus Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta PASTY)”, Oleh Ayu Setyaningsih dan Y. Sri Susilowati.¹⁴

Menyatakan bahwa relokasi Pasar Ngasem ke PASTY memiliki dampak positif yang lebih besar terhadap kondisi ekonomi pedagang. Hal ini berdasarkan output pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa pengaruh positif dari relokasi dialami oleh 41 pedagang (71%) dari jumlah total sampel 58 pedagang sedangkan yang mengalami pengaruh negatif sebanyak 17 pedagang (29%). Dapat dikatakan relokasi efektif meningkatkan pendapatan pedagang. Hasil wawancara dan observasi PASTY menunjukkan dampak sosial yang dialami pedagang, dampak positif tersebut berupa peningkatan kenyamanan yang

¹⁴Ayu Setyaningsih dan Y. Sri Susilowati, “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa” (Studi Kasus Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta PASTY), *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 2014.

dialami pedagang ketika melakukan aktivitas di PASTY sedangkan dampak negatif dari relokasi ini adalah terjadinya persaingan bahkan konflik antar pedagang serta kurangnya tingkat keamanan. Hasil survei menunjukkan bahwa pendapatan pedagang pasar tradisional terhadap relokasi ke PASTY sangat bervariasi. Beberapa pedagang menyatakan senang, tidak senang bahkan biasa saja setelah direlokasi ke PASTY.

7. Efektifitas Relokasi Pasar dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung, Oleh Ni Made Dian Utari dan I Ketut Suidiana.¹⁵

Menyatakan efektifitas relokasi Pasar Badung tergolong cukup efektif, diantaranya; terjadinya perubahan jumlah pengunjung pasar, dan perubahan pada pendapatan pedagang pasar Badung setelah relokasi pasar Badung dilaksanakan. Penerapan relokasi sementara pasar Badung memberikan dampak terhadap pendapatan pedagang pasar Badung. Terjadi penurunan pendapatan pedagang pasar Badung setelah relokasi pasar hal ini disebabkan oleh penurunan jumlah pengunjung sehingga pendapatan mengalami perubahan setelah relokasi sebesar 39 persen.

Dari pembahasan di atas mengenai penelitian sebelumnya yang penulis temukan, terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan meskipun sama-sama membahas mengenai relokasi pasar dan secara objek berbeda. Dalam hal ini penulis akan menganalisis pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi serta konsep pasar berdasarkan perspektif Islam.

¹⁵Ni Made Dian Utari dan I Ketut Suidiana, “Efektifitas Relokasi Pasar dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Badung” (Studi Kasus Pasar Badung Bali), *Jurnal Universitas Udayana Bali*, Vol.6, No.7, Juli 2017.

E. Kerangka Teori

1. Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang dagangan, jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹⁶ Menurut teori ekonomi pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang.¹⁷

Menurut Lulud, Priyatno dan Puji dalam penelitiannya bahwa secara umum pengertian pasar adalah kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi jual beli. Pengategorian pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Yang dalam fungsinya adalah sebagai wadah (tempat) sekaligus wahana (proses) jual-beli barang sebagai kebutuhan hidup sehari-hari seperti sembako, pakaian, sepatu dan sandal, sayur mayur, buah-buahan dan lain sebagainya. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.¹⁸

¹⁶Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer. 112 Tahun 2007 tentang Peraturan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

¹⁷Philip Kotler, dan Levine Lane Keller, "*Marketing Management, Thirteenth Edition*" Jilid 1, Terj. Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm. 8.

¹⁸Lulud N Wicaksono, et al, "*Perspepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang,*" (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan), *Jurnal Ilmu Pemerintahan* Universitas Diponegoro.

a. Pengguna dalam pasar

1. Pengunjung

Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktunya di pasar.

2. Pembeli (*customer*)

Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.

3. Pelanggan

Yaitu yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.¹⁹ Ada pun dalam pengertian lain pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus.²⁰

4. Pedagang

Pedagang pasar menurut Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih dalam penelitiannya adalah seseorang yang mempunyai usaha dan tempat permanen dimana terjadi apabila ada komunikasi antara penjual dan pembeli kemudian diakhiri dengan keputusan untuk membeli barang

¹⁹Bambang Pringgo Digdho, “*Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012*”, <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 23 Maret 2018 pk1 02.30 WIB.

²⁰Daryanto dan Ismanto Setyobudi, “*Konsumen dan Pelayanan Prima*”, Yogyakarta: Gava Media, 2014, hlm. 49.

tersebut.²¹ Sedangkan pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.²² Pedagang adalah orang yang berkerja menjual barang untuk memperoleh keuntungan.²³

b. Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, adalah sebagai berikut:²⁴

1. Kriteria Pasar Tradisional

- a) Dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah
- b) Transaksi dilakukan secara tawar menawar
- c) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
- d) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal

2. Perencanaan fisik pasar tradisional

- a) Penentuan Lokasi
 - 1) Mengacu pada RTRW Kabupaten/Kota
 - 2) Dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat
 - 3) Memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota kabupaten/kota dan ibukota kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan di bangun.
- b) Fasilitas bangunan dan tata letak pasar
 - 1) Bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu
 - 2) Petak atau blok dengan akses jalan pengunjung ke segala arah

²¹Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, “*Dampak Relokasi Pasar*” (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun 2012.

²² Ria Saraswati dan Adi Cilik Perewan, “*Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Prambanan asca Rlokasi* ”, (Studi Kasus Pasar Prambanan Di Dusun Pelemsari, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta), *Jurnal Pendidikan Sosiologi Uniersitas Negeri Yogyakarta*, 2016.

²³Nilia Sofianty, *et al*, “*Wahana IPS; Ilmu Pengetahuan Sosial*”, Yudistira, 2007.halm 9.

²⁴ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

- 3) Pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup
 - 4) Penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan
 - 5) Bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah
- c) Sarana pendukung pasar tradisional
- 1) Kantor pengelola
 - 2) Area parkir
 - 3) Tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah
 - 4) Air bersih
 - 5) Sanitasi/drainase
 - 6) Tempat ibadah
 - 7) Toilet umum
 - 8) Pos keamanan
 - 9) Tempat pengelolaan limbah/Instalasi Pengelolaan Air Limbah
 - 10) Hidran dan fasilitas pemadam kebakaran
 - 11) Area bongkar muat dagangan.

2. Relokasi

Relokasi menurut kamus besar bahasa indonesia yaitu pemindahan tempat.²⁵ Dapat diartikan bahwa relokasi adalah pemindahan tempat dari suatu tempat ke tempat yang baru karena suatu bencana alam atau memang tempat tersebut kurang layak dan harus di relokasi. Tujuan relokasi yaitu karena adanya renovasi atau perbaikan atau revitalisasi.

Dilihat dari konsep relokasi bahwa definisi paling sederhana adalah memindahkan dari lokasi satu ke lokasi lain. Namun dalam implementasinya

²⁵ KBBI.co.id.

relokasi mencakup berbagai bidang termasuk tata ruang, dinamika sosial ekonomi maupun adaptasi pada hal baru.²⁶

Prosedur yang perlu ditempuh dalam pelaksanaan relokasi yaitu: pendekatan interaktif kepada masyarakat yang terkena relokasi, dalam rangka menginformasikan rencana proyek relokasi tersebut. Pembentukan forum diskusi warga untuk menggali respon, aspirasi dan peran serta warga dalam proyek tersebut, dan kegiatan forum diskusi ini harus dilaksanakan mulai dari proses perencanaan sampai pada pelaksanaannya. Hal yang dibicarakan dalam forum diskusi ini seperti kesepakatan besarnya kompensasi, penyusunan jadwal perpindahan, dan sebagainya.²⁷

3. Relokasi Perspektif Islam

Setiap kebijakan pemerintah dalam mengelola masyarakat yang sesuai dengan ajaran islam ialah harus membawa kemaslahatan bagi masyarakat. Penegrtian kemaslahatan atau *mashlahah* dalam bahasa Arab berarti “perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia.” Dalam artinya yang umum adalah setiap segala esuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan atau kesenangan; atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudharatan atau kerusakan.²⁸

Kemaslahatan manusia tidak lepas dari naluri dan kenyataan, karena setiap kemaslahatan pribadi atau masyarakat terbentuk dari masalah primer (*dharuriyah*), sekunder (*hajiyah*), dan pelengkap (*tahsiniyah*). Misalnya kebutuhan primer manusia akan rumah sebagai tempat berteduh dari terik matahari dan cenkaman dingin. Kebutuhan sekundernya, hendaknya rumah itu memberi kenyamanan

²⁶ Aldinur Armi, et al, ”*Dampak Sosoal Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar*”, (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Administrasi Publik* Universitas Brawijaya Malang, Vol. 04, Nomer. 10.

²⁷Syobrian R. Mokoginta, et al, “*Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*” *Jurnal* Universitas Sam Ratulangi Manado, 2015.

²⁸Amir Syarifudin, “*Ushul Fiqh Jilid 2*,” Jakarta: Kencana, 2008.

untuk ditempati, misalnya jendela yang bisa dibuka dan ditutup sesuai dengan kebutuhan. sedangkan kebutuhan pelengkapannya, hendaknya rumah itu dihias, diberi perabot dan sarana peristirahatan yang memadai. Jika rumah itu telah memenuhi kebutuhan tersebut maka kemaslahatan manusia akan rumah itu akan terwujud.²⁹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini berdasarkan dengan unsur-unsur pokok yang harus ditemukan sesuai dengan butir-butir rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif yang bersifat komparatif atau perbandingan.

Analisis data komparatif merupakan analisis data untuk membandingkan permasalahan satu objek dengan objek lainnya.³⁰ Dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengadakan perbandingan kondisi yang berbeda yang ada di satu tempat, apakah kondisi di tempat tersebut sama atau ada perbedaan, dan kalau ada perbedaan, kondisi mana yang lebih baik. Peneliti menganalisis bagaimana perbedaan pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi.

Kemudian pendekatan penelitian dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yaitu sebuah pendekatan terhadap sesuatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi objek penyelidikan; yang hasil temuannya berupa uraian-uraian kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman tertentu.³¹

²⁹ Abdul Wahab Khallaf, "*Ilmu Ushul Fikih*," Terj. Faiz el Muttaqin, Jakarta: Pustaka Amani, 2003, hlm. 291-294.

³⁰ Azuar Juliandi, dkk, "*Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*", Medan: UMSU PERS, 2014, hlm. 86.

³¹ Sonny Leksono, "*Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi: Dari Metodologi Ke Metode*", Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013, hlm. 181.

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian kepada para pedagang pasar Johar serta pihak pengelola pasar guna mendapatkan data-data terkait dengan fokus penelitian yang penulis kaji yaitu studi komparasi mengenai pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi..

2. Sumber Data

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan di analisis dengan suatu metode tertentu yang selanjutnya akan menghasilkan suatu hal yang dapat menggambarkan atau mengidentifikasi sesuatu.³²

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.³³ Data primer dari penelitian ini adalah data hasil wawancara langsung peneliti dengan informan, yaitu para pedagang pasar Johar dan pengelola pasar Johar.

Dalam hal ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling* atau bola salju, yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat peneliti memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung.³⁴

³² Haris Herdiansyah, “*Metodeloi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*”, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, hlm. 116.

³³ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009, hlm 132.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm 300-301.

2. Data Skunder

Data Skunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya.³⁵ Adapun data skunder dari penelitian diperoleh dari jurnal, surat kabar, dan artikel, karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Dasar semua ilmu pengetahuan, secara sederhana, observasi merupakan pengamatan sistematis terhadap objek yang sedang dikaji. Observasi (pengamatan), yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku kegiatan, benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan subjek penelitian.³⁶

Dalam kaitannya dengan pengumpulan data, metode ini akan dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi pada obyek penelitian seperti dengan cara mengamati keadaan di pasar Johar Kota Semarang.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkontruksi mengenai orang, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai

³⁵Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009, hlm 132.

³⁶M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007, hlm

(*interviewee*),³⁷ atau dalam penelitian kualitatif disebut sebagai narasumber atau informan. Tujuan wawancara ialah mengumpulkan data melalui respon verbal. Data ini berupa informasi yang diberikan responden melalui wawancara dan dicatat oleh pewawancara sesuai dengan daftar pertanyaan.³⁸

Disini peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktur agar wawancara lebih bebas atau tidak kaku dengan pedoman wawancara yang telah disiapkan. Dalam hal ini narasumber yang akan peneliti wawancarai adalah pedagang pasar Johar, dan pengelola pasar Johar.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah segala sesuatu materi dalam bentuk tertulis yang dibuat manusia. Dokumen yang dimaksud adalah segala catatan baik bentuk catatan dalam kertas (*hardcopy*) maupun elektronik (*softcopy*). Dokumen dapat berupa buku, artikel media masa, catatan harian, undang-undang, notulen, blog, halaman web, foto dan lainnya.³⁹ Dokumentasi digunakan sebagai bahan pendukung dari hasil wawancara terhadap para pedagang pasar Johar dan pengelola pasar Johar.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen mengatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses penelitian dan pengaturan cara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material-material lain yang terkumpul untuk meningkatkan pemahaman tentang data tersebut. Analisis data meliputi mengerjakan data mengorganisasikannya, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan memutuskan apa yang akan dilaporkan.⁴⁰

³⁷Wahyu Purhantara, "*Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*", Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm. 80.

³⁸Anwar Sanusi, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 108.

³⁹Samiaji Sarosa, "*Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*", Jakarta: PT Indeks, 2012, hlm. 61.

⁴⁰Rulam Ahmadi, "*Metodelogi Penelitian Kualitatif*", Cet. Ke-3, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016, hlm. 230.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data di lapangan menggunakan model Miles dan Huberman, yang menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh, diantaranya; (1) Reduksi Data, (2) Penyajian Data, (3) Kesimpulan dan Verifikasi.⁴¹

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

2. Penyajian Data

Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun secara sistematis sehingga akan semakin mudah difahami.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah penyajian data selanjutnya penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang diemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tapi apa bila kesimpulan yang diemukakan pada tahap awal telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan nmengumpulkan data, maka kesimpulan yang diemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

⁴¹Sugiyono, "*Metode Penelitian: Kualitati, Kuantitati, dan R&D*", Bandung: Alfabeta, 2016, hlm 246-252.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan rencana outline penulisan hasil penelitian skripsi yang akan dikerjakan. Dalam pembahasan dan penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS PASAR JOHAR SEBELUM DAN SESUDAH RELOKASI”, disusun dengan menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I :Pendahuluan yang meliputi; Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Peneltian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II ; Pemahaman umum tentang topik atau pokok pembahasan yang meliputi; Pasar, Lokasi, Relokasi, Dampak Ekonomi, Pendapatan, dan Relokasi Perspektif Islam.

Bab III ; Gambaran objek penelitian yang meliputi; Letak Geografis Kota Semarang, Profil Pasar Johar, Pasar Johar Sebelum Relokasi, Pasar Johar Sesudah Relokasi , dan Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Reloksi Persepsi Para Pedagang.

Bab IV ; Hasil penelitian dan pembahasan yang analisis mengenai pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dan pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam

Bab V ; Dalam bab ini berisikan Kesimpulan, Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pasar

Pasar adalah area tempat jual beli barang dagangan, jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹ Menurut teori ekonomi pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang.²

Menurut Lulud, Priyatno dan Puji dalam penelitiannya bahwa secara umum pengertian pasar adalah kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi jual beli. Pengategorian pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Yang dalam fungsinya adalah sebagai wadah (tempat) sekaligus wahana (proses) jual-beli barang sebagai kebutuhan hidup sehari-hari seperti sembako, pakaian, sepatu dan sandal, sayur mayur, buah-buahan dan lain sebagainya. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.³

¹Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer. 112 Tahun 2007 tentang Peraturan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

²Philip Kotler, dan Levine Lane Keller, "*Marketing Management, Thirteenth Edition*" Jilid 1, Terj. Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm. 8.

³Lulud N Wicaksono, et al, "*Perspepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang,*" (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan), *Jurnal Ilmu Pemerintahan* Universitas Diponegoro.

1. Struktur pasar dibedakan berdasarkan banyaknya penjual dan pembeli, yaitu:

a. Pasar bersaing sempurna

Dalam pasar persaingan sempurna, secara teoretis penjual tidak dapat menentukan harga atau disebut *price taker*, di mana penjual akan menjual barangnya sesuai harga yang berlaku di pasar, dan barang yang dijual di pasar bersifat homogen.

b. Pasar bersaing monopolistik

Dalam pasar bersaing monopolistik terdapat banyak penjual dan setiap penjual menjual produk yang berbeda-beda (terdiferensiasi), produk yang dijual memberikan peluang bagi penjual untuk menjual barangnya dengan harga yang berbeda (*price maker*) dengan harga lain yang ada di pasar.

c. Pasar Monopoli

Monopoli secara harfiah berarti di pasar hanya ada satu penjual. Penjual dapat menentukan harga tanpa harus khawatir reaksi penjual lain. Dalam Islam keberadaan satu penjual di pasar atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang dilarang, akan tetapi tidak boleh melakukan *ihtikar*. Yaitu pengambilan keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

d. Pasar Oligopoli

Secara harfiah oligopoli berarti ada beberapa penjual di pasar. dalam pasar oligopoli di mana ada sedikit penjual yang menjual barang yang sama, maka aksi penjual harus memperhatikan reaksi penjual lain. Ada dua aksi yang dapat diambil penjual yaitu menentukan berapa kuantitas yang akan diproduksinya dan menentukan berapa harga yang akan ditawarnya.⁴

⁴Adiwarman A. Karim, “*Ekonomi Mikro Islam*” edisi ke-4, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011. hlm. 167-176.

2. Berdasarkan jumlah penduduk yang dilayani, pasar digolongkan menjadi tiga, yaitu;
 - a. Pasar Lingkungan, melayani penduduk yang di antaranya sampai dengan 30.000 jiwa.
 - b. Pasar Wilayah, melayani penduduk antara 30.000 – 120.000 jiwa.
 - c. Pasar Induk melayani penduduk diatas 120.000 jiwa.
3. Sedangkan menurut jenis kegiataannya pasar digolongkan menjadi tiga, yaitu;
 - a. Pasar Grosir adalah pasar dimana kegiatannya terdapat permintaan dan penawaran barang dan jasa dalam jumlah besar.
 - b. Pasar Induk adalah pasar yang dalam kegiatannya merupakan pusat pengumpulan, pelelangan, dan penyimpanan bahan-bahan pangan untu disalurkan ke pasar lain.
 - c. Pasar Eceran adalah pasar yang dalam kegiatannya terdapat permintaan dan penawaran barang dan jasa secara eceran.⁵
4. Jenis-jenis pasar menurut fisiknya dapat dibagi menjadi:
 - a. Pasar riil (nyata), yaitu pasar tempat menjual dan pembelinya benar-benar bertemu. Barang yang diperdagangkan juga tersedia di tempat itu. Jika dalam tawar menawar, harga sudah disetujui maka pembeli dapat segera membayar harga yang telah ditentukan dan langsung menerima barang tersebut. Contoh: Pasar Antasari di Banjarmasin, Pasar Turi di Surabaya, Pasar Klewer di Solo.
 - b. Pasar Abstrak, yaitu pasar di mana antara penjual dan pembeli belum tentu bertemu. Misalnya menjual tembakau dalam partai besar yang dibawa kepada calon pembelinya hanya contohnya umpamanya 1 kg.⁶ Adapun

⁵Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, “*Dampak Relokasi Pasar*” (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun

⁶ Abu Ahmadi, “*Ilmu Sosial Dasar*”, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003, hlm. 315.

contoh lainnya yaitu pasar yang memperjual belikan surat-surat berharga saham dan obligasi.

5. Berdasarkan motif pembelian, dari konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa, maka pasar dapat digolongkan ke dalam;
 - a. Pasar konsumen yaitu sekelompok konsumen biasanya terdiri dari pembeli individual dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk dikonsumsi langsung dan tidak untuk dijual kembali.
 - b. Pasar produsen (Industri) yaitu suatu pasar yang terdiri atas individu atau lembaga atau organisasi yang membeli produk untuk diproses lagi sampai menjadi produk akhir yang kemudian dijual.
 - c. Pasar penjual (pasar pedagang) yaitu suatu pasar yang terdiri atas individu dan organisasi yang memperoleh atau membeli barang dimaksud dengan dijual kembali atau disewakan untuk mendapatkan laba.
 - d. Pasar pemerintah yaitu di mana terdapat lembaga-lembaga pemerintah seperti kementerian, direktorat, kantor dinas dan instansi pemerintah lainnya.
 - e. Pasar internasional yaitu pasar meliputi beberapa negara atau semua negara di dunia, misal Indonesia menjual minyak ke negara lain, maka harga minyak dalam negeri sendiri menjadi lebih tinggi karena adanya pengurangan persediaan minyak dalam negeri.⁷
6. Pengguna dalam pasar
 - 1) Pengunjung
Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktunya di pasar.
 - 2) Pembeli (*customer*)

⁷ Usman Effendi, "Psikologi Konsumen", Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016, hlm. 215-216.

Yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.

3) Pelanggan

Yaitu yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.⁸ Ada pun dalam pengertian lain pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus.⁹

4) Pedagang

Pedagang pasar menurut Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih dalam penelitiannya adalah seseorang yang mempunyai usaha dan tempat permanen dimana terjadi apabila ada komunikasi antara penjual dan pembeli kemudian diakhiri dengan keputusan untuk membeli barang tersebut.¹⁰ Sedangkan pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.¹¹ Pedagang adalah orang yang berkerja menjual barang untuk memperoleh keuntungan.¹²

⁸Bambang Pringgo Digdho, "Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012", <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 23 Maret 2018 pkl 02.30 WIB.

⁹ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, "Konsumen dan Pelayanan Prima", Yogyakarta: Gava Media, 2014, hlm. 49.

¹⁰Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, "Dampak Relokasi Pasar" (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun 2012.

¹¹ Ria Saraswati dan Adi Cilik Perewan, "Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Prambanan asca Rlokasi ", (Studi Kasus Pasar Prambanan Di Dusun Pelemsari, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta), *Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta*, 2016.

¹²Nilia Sofianty, *et al*, "Wahana IPS; Ilmu Pengetahuan Sosial", Yudistira, 2007.halm 9.

1) Jenis-jenis pedagang

Pedagang ialah lembaga pemasaran yang ikut memiliki barang yang diperjualbelikan. Pedagang ini dapat dikelompokkan menjadi:

a) Pedagang besar

Pedagang besar ialah pedagang yang menjual dan membeli barangnya dalam jumlah besar. Pedagang besar membeli barang langsung ke produsen dan menjualnya kepada pedagang kecil/eceran.

b) Pedagang kecil/eceran

Pedagang kecil ialah pedagang yang menjual barangnya dalam jumlah kecil-kecilan langsung kepada konsumen atau pemakai terakhir untuk keperluan rumah tangga. Pedagang ini membeli barang-barang kepada pedagang besar.¹³

2) Dalam sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungan ekonomi keluarga, sebagai berikut:

a) Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.

b) Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

c) Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitasnya atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.

¹³ Abu Ahmadi, "*Ilmu Sosial Dasar*", Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003, hlm. 320.

- d) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.¹⁴
7. Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, adalah sebagai berikut:¹⁵
- a. Kriteria Pasar Tradisional
 - 1) Dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah
 - 2) Transaksi dilakukan secara tawar menawar
 - 3) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
 - 4) Sebagaimana besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal
 - b. Perencanaan fisik pasar tradisional
 - 1) Penentuan Lokasi
 - a) Mengacu pada RTRW Kabupaten/Kota
 - b) Dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat
 - c) Memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota kabupaten/kota dan ibukota kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan di bangun.
 - 2) Fasilitas bangunan dan tata letak pasar
 - a) Bagunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu
 - b) Petak atau blok dengan akses jalan pengunjung ke segala arah
 - c) Pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup
 - d) Penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan

¹⁴ Bambang Pringgo Digdho, "Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012", <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 23 Maret 2018 pkl 02.30 WIB.

¹⁵ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

- e) Bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah
- 3) Sarana pendukung pasar tradisional
- a) Kantor pengelola
 - b) Area parkir
 - c) Tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan sampah
 - d) Air bersih
 - e) Sanitasi/drainase
 - f) Tempat ibadah
 - g) Toilet umum
 - h) Pos keamanan
 - i) Tempat pengelolaan limbah/Instalasi Pengelolaan Air Limbah
 - j) Hidran dan fasilitas pemadam kebakaran
 - k) Area bongkar muat dagangan.

B. Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun social. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, petambangan, sekolah, dan tempat ibadah tidak asal saja atau acak berada dilokasi tersebut, malainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.¹⁶

Lokasi merupakan salah satu factor strategi usaha bisnis yang penting. Dengan demikian lokasi harus dipilih dengan cermat dan hati-hati, serta mempertimbangkan berbagai macam aspek. Pertimbangan memilih lokasi sangat terkait dengan jenis dan

¹⁶Aji Wahyu Heriyanto, “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang”, (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang), *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang*, Vol.1, No.2, Juli 2012.

skala usaha. Pertimbangan yang ada menurut Russel dan Taylor (2000), Chase, Aquilano, dan Jacobs (2001), serta Chase dan Aquilano (1995) yang perlu mendapatkan perhatian manajemen adalah sebagai berikut; Perencanaan jangka panjang perusahaan, Kedekatan dengan sumber bahan, Kedekatan dengan Pasar, Iklim bisnis, Biaya total produksi, Ketersediaan infrastruktur, Ketersediaan tenaga kerja dan kualitas tenaga kerja, Ketersediaan pembekal, Kebijakan pemerintah dan resiko politik, Zone perdagangan bebas, Blok perdagangan, Keamanan, Aturan lingkungan, Penerimaan masyarakat local, Keunggulan bersaing.¹⁷

Teori lokasi memberikan kerangka analisa yang baik dan sistematis mengenai pemilihan lokasi kegiatan ekonomi dan sosial, serta analisa interaksi antar wilayah. Teori lokasi tersebut menjadi penting dalam analisa ekonomi karena pemilihan lokasi yang baik akan dapat memberikan penghematan yang sangat besar untuk ongkos angkut sehingga mendorong terjadinya efisiensi baik dalam bidang produksi maupun pemasaran sedangkan interaksi antar wilayah akan dapat pula mempengaruhi perkembangan bisnis yang pada gilirannya akan dapat pula mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah.¹⁸

Berikut merupakan faktor-faktor penentu berkembangnya lokasi perdagangan meliputi :

1. Jumlah penduduk pendukung

Setiap jenis fasilitas perdagangan eceran mempunyai jumlah ambang batas penduduk atau pasar yang menjadi persyaratan dapat berkembangnya kegiatan. Jumlah penduduk pendukung dapat diketahui dari luas daerah pelayanan tetapi luas daerah layanan tidak dapat ditentukan sendiri karena faktor ini bergantung pada faktor fisik yang mempengaruhi daya tarik suatu fasilitas perdagangan.

¹⁷ Murdiing Haming dan Mahud Nurnajamuddin, “*Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa*”, Jakarta: Bumi Aksara, 2014, hlm. 199-224.

¹⁸ Sjafrizal, “*Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*”, 2008, hlm. 19-21.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi serta pedestrian. Untuk fasilitas perdagangan kemudahan pencapaian lokasi, kelancaran lalu lintas dan kelengkapan fasilitas parkir merupakan syarat penentuan lokasi dan kesuksesan kegiatan perdagangan.

3. Keterkaitan spasial

Pada kegiatan perdagangan yang bersifat generative, analisa ambang batas penduduk dan pasar menjadi hal yang penting sedangkan pada lokasi perdagangan yang bersifat suscipient, analisa kaitan spasial dari kegiatan merupakan hal yang penting.

4. Jarak

Kecenderungan pembeli untuk berbelanja pada pusat yang dominan, namun menyukai tempat yang dekat maka faktor jarak merupakan pertimbangan penting untuk melihat kemungkinan perkembangan suatu lokasi terutama pusat perdagangan sekunder yang menunjukkan *trade off* antara besarnya daya tarik pusat dan jarak antara pusat.

5. Kelengkapan fasilitas perdagangan.

Kelengkapan fasilitas perdagangan menjadi faktor penentu pemilihan lokasi berbelanja konsumen. Konsumen berbelanja barang-barang tahan lama yang tidak dibeli secara tidak teratur seperti pakaian, alat-alat elektronik pada tempat perdagangan yang memiliki banyak pilihan barang yang dapat diperbandingkan. Oleh karena itu pembeli cenderung untuk berbelanja barang-barang tahan lama pada pusat perdagangan yang lebih lengkap, tetapi untuk kebutuhan standar sehari-hari seperti bahan makanan, para konsumen cenderung masih mempertimbangkan jarak yang dekat kalau terdapat fasilitas yang memadai.¹⁹

¹⁹Romi Mitrolia, "Teori Lokasi Kegiatan Perdagangan", <https://dokumen.tips/>, diakses pada 22 Maret 2018 pkl 00.36 WIB

C. Relokasi

Relokasi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu pemindahan tempat.²⁰ Dapat diartikan bahwa relokasi adalah pemindahan tempat dari suatu tempat ke tempat yang baru karena suatu bencana alam atau memang tempat tersebut kurang layak dan harus di relokasi. Tujuan relokasi yaitu karena adanya renovasi atau perbaikan atau revitalisasi.

Dilihat dari konsep relokasi bahwa definisi paling sederhana adalah memindahkan dari lokasi satu ke lokasi lain. Namun dalam implementasinya relokasi mencakup berbagai bidang termasuk tata ruang, dinamika sosial ekonomi maupun adaptasi pada hal baru.²¹

Lokasi dan kualitas tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan hal-hal seperti kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar. Setiap lokasi mempunyai keterbatasan dan peluang masing-masing. Memilih lokasi yang sama baik dengan kawasan yang dahulu dari segi karakteristik lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan dan pemulihan pendapatan bersih.²²

Prosedur yang perlu ditempuh dalam pelaksanaan relokasi yaitu: pendekatan interaktif kepada masyarakat yang terkena relokasi, dalam rangka menginformasikan rencana proyek relokasi tersebut. Pembentukan forum diskusi warga untuk menggali respon, aspirasi dan peran serta warga dalam proyek tersebut, dan kegiatan forum diskusi ini harus dilaksanakan mulai dari proses perencanaan sampai pada

²⁰KBBI.co.id.

²¹ Aldinur Armi, et al, ”Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar”, (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Administrasi Publik* Universitas Brawijaya Malang, Vol. 04, Nomer. 10.

²²M. Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah, “Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo” *Jurnal Administrasi Negara* Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol. 4, No. 2, September 2016

pelaksanaanya. Hal yang dibicarakan dalam forum diskusi ini seperti kesepakatan besarnya kompensasi, penyusunan jadwal perpindahan, dan sebagainya.²³

Relokasi merupakan salah satu kegiatan dalam kebijakan pemerintah yang mencakup bidang perencanaan tata ruang, peningkatan kesejahteraan ekonomi, sosial, dll. Sehingga pemerintah khususnya pemerintah daerah memiliki hak melakukan relokasi pada sektor-sektor yang dikuasai pemerintah daerah termasuk fasilitas umum seperti pasar.²⁴

D. Dampak Ekonomi

Dampak adalah akibat yang ditimbulkan dari berubahnya suatu sistem atau suatu percobaan akibat dari pengaruh-pengaruh yang ada. Dampak dapat diartikan pula sebagai keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Kompetensi ini menekankan pada keinginan untuk mempengaruhi atau menimbulkan dampak pada orang lain.

Jadi yang dimaksud dengan dampak yaitu akibat atau sesuatu yang timbul disebabkan oleh perubahan keadaan yang terjadi di sekelilingnya, baik dari manusia maupun benda dan sebagainya yang berwujud pada tindakan serta karakter seseorang.²⁵

Dampak ekonomi adalah perubahan yang terjadi akibat suatu penyelenggaraan kegiatan pembangunan terhadap perekonomian. Menurut Djodipuro yang membahas mengenai dampak sosial ekonomi merupakan perubahan yang terjadi pada masyarakat yang diakibatkan adanya aktivitas pembangunan yang berpengaruh

²³Syobrian R. Mokoginta, et al, “*Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*” *Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado*, 2015.

²⁴ Aldinur Armi, et al, ”*Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar*”, (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang*, Vol. 04, Nomer. 10.

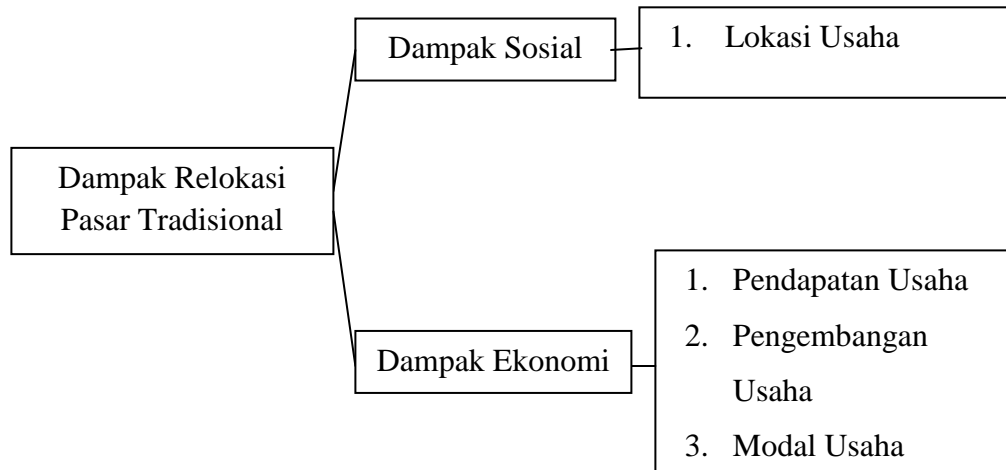
²⁵Peunebah, “*Dampak Kebijakan Relokasi*”, peunebah.blogspot.co.id, diakses pada 28 Januari 2018, pukul 11.09 WIB.

terhadap perubahan pendapatan, kesempatan berusaha, dan penyerapan tenaga kerja.²⁶

Berikut merupakan hasil penelitian oleh Mochammad Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah yang menjelaskan mengenai perubahan pasar setelah relokasi²⁷

Gambar 2.1

Dampak sosial ekonomi relokasi pedagang kaki lima di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo, oleh Mochammad Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah.



Dampak sosial relokasi PKL di kawasan jembatan layang kecamatan buduran dari segi kenyamanan yaitu PKL lebih merasa nyaman karena telah disediakan tempat secara gratis oleh pemerintah. Dalam segi keamanan masih belum sepenuhnya terjaga dan aman karena pembeli lebih memilih parkir di pinggir jalan. Dalam segi kebersihan masih terlihat kumuh karena lokasi yang ditemati PKL adalah taman. Sedangkan dampak ekonomi dalam relokasi ini adalah dari segi pendapatan mayoritas menurun hampir 10%. Untuk modal usaha juga belum pernah didapatkan oleh PKL bahkan belum ada tawaran dari

²⁶Marsudi Djojodipuro, "Teori Lokasi", Jakarta: FE-UI, 1992, hlm. 194.

²⁷M. Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah, "Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo" *Jurnal Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, Vol. 4, No. 2, September 2016

Pemerintah Kabupaten. Sedangkan untuk pengembangan usaha, pemberdayaan masih belum bisa dilakukan oleh Dinas.

E. Pendapatan

Pendapatan/ penghasilan adalah suatu imbalan yang diperoleh seseorang dari hasil usaha (bekerja) sendiri, atau imbalan yang diperoleh dari hasil kerja kepada orang lain.²⁸ Pendapatan diartikan sebagai suatu aliran uang atau daya beli yang dihasilkan dari penggunaan sumber daya properti manusia. Menurut Winardi (1989), Pendapatan (*income*), secara teori ekonomi adalah hasil berupa uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas. Dalam pengertian pembukuan pendapatan diartikan sebagai pendapatan sebuah perusahaan atau individu.²⁹ Bahwa hasil dari suatu kegiatan atau proses produksi sering dinilai dengan uang, dan hasil yang berupa uang tersebutlah yang dinamakan pendapatan atau penghasilan.³⁰

Pendapatan berdasarkan pandangan komprehensif, yang berpandangan bahwa pendapatan mencakup semua yang dihasilkan dari aktivitas usaha dan investasi yang dilakukan perusahaan. Sesuai dengan pandangan tersebut, pendapatan didefinisikan sebagai semua perubahan *net assets* yang dihasilkan dari aktivitas produktif untuk menghasilkan pendapatan dan seluruh laba atau rugi dari penjualan aktiva tetap serta investasi. Sesuai dengan pandangan ini *Accounting Terminology Bulletin* Nomor 2 (1955) mendefinisikan pendapatan sebagai berikut:

“Pendapatan dari penjualan barang dan/atau jasa pemberian jasa, diukur berdasarkan apa yang dibebankan terhadap pelanggan, klien atau penerima laba penjualan atau pertukaran aset (selain persediaan), bunga dan dividen serta

²⁸ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, “*Konsumen dan Pelayanan Prima*”, Yogyakarta: Gava Media, 2014, hlm. 98.

²⁹ Chairul Huda, *Ekonomi Islam*, Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015, hlm 63.

³⁰ Subandriya, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kabupaten Jayapura*, Ypyakarta: Deepublish, 2016, hlm 53-54.

*pengikatan dalam owner equity, kecuali yang timbul dari kontribusi dan penyesuaian modal.*³¹

Pendapatan (*return*) yang diterima seseorang sangat bergantung pada usaha yang dilakukannya (QS. 4 : 32). Setiap pendapatan yang diperoleh adalah hasil usaha yang dijalankan dengan cara yang halal. Termasuk usaha dalam mensyukuri nikmat sehingga Allah lipat gandakan kepadanya hasil dari usahanya. Distribusi dilakukan dari sumber-sumber ekonomi yang tidak bertentangan dengan ketentuan Allah swt.³²

Menurut Auliyaur dan Qudsi dalam penelitiannya bahwa dalam Islam sendiri pendapatan dipandang sebagai bagian dari pemberian rizki yang didapatkan dengan cara dan usaha yang halal. Setiap manusia telah ditentukan atas rizki nya masing-masing oleh Allah SWT, sehingga rizki yang diperoleh setiap orang-orang juga saling berbeda. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia wajib untuk mencari rizki dengan melakukan usaha-usaha untuk mendapatkan rizki tersebut dan secara manusia hidup di dunia ini pasti membutuhkan harta tersebut.³³

F. Pengelolaan Pasar Perspektif Islam

Islam sebagai konsep atau sistem hidup menjanjikan sebuah keteraturan, keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan bagi manusia yang menyakininya. Islam mengatur aktivitas kehidupan secara moderat dengan asas keadilan dan keseimbangan, melalui kaidah-kaidah, prinsip, dan aturan spesifik dalam setiap detail kehidupan manusia, termasuk dalam hal ekonomi. Keberhasilan ekonomi Islam terletak pada sejauh mana keselarasan atau keseimbangan dapat dilakukan di antara kebutuhan material dan kebutuhan etika manusia.³⁴

³¹Winwin Yadiati, *Teori Akuntansi: Suatu Pengantar*, Jakarta: Kencana, 2007, hlm 77.

³²Irfan Syauqi Beik, dan Laily Dwi Arsyianti, "*Ekonomi Pembangunan Syariah*", Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016, hlm. 38.

³³Auliyaur Rohman dan Moh. Qudsi Fauzi, "*Dampak Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Wisata Religi Makam Sunan Drajat Lamongan*", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Vol.3, No.2, Februari 2016.a

³⁴Martini Dwi Pusparini, "*Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari'ah)*," *Jurnal Islamic Economic Journal* Uniersitas Islam Indonesia Yogyakarta, Vol.1, No.1, Juni 2015, hlm. 45

Pertumbuhan ekonomi menurut Islam, bukan sekedar terkait dengan peningkatan terhadap barang dan jasa, namun juga terkait dengan aspek moralitas dan kualitas akhlak serta keseimbangan antara tujuan duniawi dan ukhrawi. Ukuran keberhasilan pertumbuhan ekonomi tidak semata dilihat dari sisi pencapaian materi semata atau hasil dari kuantitas, namun juga ditinjau dari sisi berbaikan kehidupan agama, sosial dan kemasyarakatan.³⁵

Penataan yang demikian sifatnya menjamin suatu kualitas kehidupan yang dapat mewujudkan martabat kemanusiaan (*al-karamah al-insaniyah*) yang diisyaratkan dalam surah Al-Isra' ayat 70. Tentunya di dalam hal ini terkait masalah sosial-ekonomi, bahkan hal ini merupakan bagian yang penting dalam pembangunan. Di antara masalah terpenting dalam pembangunan ialah perawatan, pengembangan, pelestarian, pengolahan, pengelolaan, pemanfaatan, pemerataan, dan pengaturan yang baik dan adil untuk memenuhi kehidupan hidup yang lengkap, yang pada galibnya disebut kemakmuran, kesejahteraan dan kebahagiaan dalam jangka pendek dan dalam jangka panjang dari kehidupan manusia (*fi al-dunya wa al-akhirat*) untuk menjamin kepuasan lahir dan batin manusia dalam batas-batas pengendalian moral (iman dan takwa). Inilah hakikat makna kekhalifahan manusia di bumi yang berpola amanah dan dilaksanakan dalam bentuk *taklif*. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Imam Rafi'i, yang berkata bahwa *fardhu kifayah* adalah urusan atau upaya menyeluruh berkaitan dengan kepentingan dan kebutuhan hidup (kemaslahatan) baik yang bersifat *diniyah* (keagamaan) maupun yang bersifat duniawiyah yang padanya tergantung penataan kehidupan manusia. Di antara upaya-upaya tersebut yang terpenting adalah:

- a. Upaya menghindarkan kemelaratan rakyat dengan memenuhi kebutuhan sandang-pangannya, yang dari sumber pembiayaan zakat dan *baitul-mal* tidak mampu teratasi
- b. Upaya menegakkan berbagai macam pekerjaan atau mata pencaharian dan pertukangan atau industri, yang semua itu merupakan sarana untuk memenuhi

³⁵ Almizan, "Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Institu Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2016.

kebutuhan hidup masyarakat. (terkait pula makna kewajiban bersama untuk menyediakan lapangan kerja sesuai dengan kebutuhan masyarakat)

- c. Pengawasan umum dan kontrol sosial dalam bentuk *amal ma'ruf* dan *nahyi munkar* untuk memelihara tegaknya nilai-nilai moral, norma-norma kehidupan yang baik, dan etika kehidupan bersama.
- d. Pendidikan dan pengajaran serta bimbingan atau penyuluhan untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat.³⁶

Seperti yang telah di jelaskan di atas bahwa dalam setiap kebijakan pemerintah dalam mengelola masyarakat yang sesuai dengan ajaran islam ialah harus membawa kemaslahatan bagi masyarakat. Penegrtian kemaslahatan atau *mashlahah* dalam bahasa Arab berarti “perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia.” Dalam artinya yang umum adalah setiap segala esuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan atau kesenangan; atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudharatan atau kerusakan. Adapun pengertian *mashlahah* secara denfinitif menurut para ulama, antara lain:

1. Al-Ghazali menjelaskan bahwa *mashlahah* berarti sesuatu yang mendatangkan manfaat (keuntungan) dan menjauhkan mudarat (kerusakan) .
2. Al-'Iez ibn Abdi al-Salam dalam kitabnya, *Qawa'id al-Ahkam* memberikan arti *mashlahah* dalam bentuk hakikatnya dengan “kesenangan dan kenikmatan.” Sedangkan bentuk *majazi*-nya adalah “sebab-sebab yang mendatangkan kesenangan dan kenikmatan” tersebut.
3. Al-Syatibi mengartikan bahwa *mashlahah* itu dari dua pandangan, yaitu dari segi terjadinya *mashlahah* dalam kenyataan dan dari segi tergantungnya tuntutan *syara'* kepada *mashlahah*.

³⁶ Ali Yafie, “*Menggagas Fiqih Sosial; Dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi, Hingga Ukhuwah*,” Bandung: Mizan, 1995, hlm. 202-203.

- a. Dari segi terjadinya *mashlahah* dalam kenyataan, berarti: *Sesuatu yang kembali kepada tegaknya kehidupan manusia, sempurna hidupnya, tercapai apa yang dikehendaki oleh sifat syahwati dan aklinya secara mutlak.*
- b. Dari segi tergantungnya tuntutan *syara'* kepada *mashlahah*, yaitu kemaslahatan yang merupakan tujuan dari penetapan hukum *syara'*. Untuk menghasilkannya Allah menuntut untuk berbuat.³⁷

Yang menjadi tujuan umum bagi syari' dari pembentukan hukum ialah mewujudkan kemaslahatan manusia dengan menjada kebutuhan *dharuriyah* (primer)nya, memenuhi *hajiyyah* (sekunder), serta kebutuhan *tahsiniyah* (pelengkap)nya.

1. *Maslahah Dharuriyah* atau kebutuhan primer adalah sesuatu yang menjadikan pokok (keharusan) kebutuhan manusia untuk menegakkan kemaslahatan mereka. Jika tidak ada, maka rusaklah aturan hidup mereka, tak akan terwujud kemaslahatan dan akan marak kehancuran dan kerusakan yang marak diantara mereka. Kebutuhan primer bagi manusia, dengan pengertian ini, akan kembali pada lima hal: Agama, jiwa, akal, harga diri dan harta benda. Menjaga lima hal ini adalah kebutuhan primer bai manusia.
2. *Mashlahah Hajiyyah* atau kebutuhan skunder adalah kebutuhan manusia untuk mempermudah melapangkan, menanggulangi beban yang ditanggung dan kepayahan dalam kehidupan. Bila kebtuhan ini tidak terpenuhi maka aturan hidup manusia tidak rusak dan tidak pula ramai kehancuran di antara mereka, sebagaimana jika kebutuhan primer tidak terpenuhi. Tetapi mereka akan mendapat kesusahan dan kesulitan. Kebutuhan sekunder manusia dengan ini kembali pada hilangnya kesulitan mereka dan keringanan bagi mereka untuk menanggung beban yang dipikulnya, sehingga mudah bagi mereka untuk melakukan berbagai macam pergaulan, tukar menukar, dan menempuh jalan kehidupan.

³⁷ Amir Syarifudin, "Ushul Fiqh Jilid 2," Jakarta: Kencana, 2008, hlm. 368-369.

3. *Maslahah Tahsiniyah* atau kebutuhan pelengkap adalah kebutuhan yang dituntut oleh harga diri, norma dan tatanan hidup berperilaku lurus. Jika tidak terpenuhi, maka aturan hidup manusia tidak rusak seperti jika kebutuhan primer tidak terpenuhi.³⁸

³⁸ Abdul Wahab Khallaf, *“Ilmu Ushul Fikih,”* Terj. Faiz el Muttaqin, Jakarta: Pustaka Amani, 2003, hlm. 291-294.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Letak Geografis Kota Semarang¹

Kota Semarang merupakan Ibu kota Provinsi Jawa Tengah, berada pada perlintasan Jalur Jalan Utara Pulau Jawa yang menghubungkan Kota Surabaya dan Jakarta. Secara geografis, terletak diantara $109^{\circ} 35'$ – $110^{\circ} 50'$ Bujur Timur dan $6^{\circ} 50'$ – $7^{\circ} 10'$ Lintang Selatan. Dengan luas $373,70 \text{ km}^2$, Kota Semarang memiliki batas-batas wilayah administrasi sebagai berikut:

- Sebelah utara : Laut Jawa
- Sebelah Selatan : Kabupaten Semarang
- Sebelah Timur : Kabupaten Demak
- Sebelah Barat : Kabupaten Kendal

Sebelum tahun 1976 luas Kota Semarang $99,40 \text{ km}^2$ dan setelah terjadinya pemekaran sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1976, dengan menggabungkan sebagian wilayah Kabupaten Semarang, sebagian Kabupaten Kendal, sebagian Kabupaten Demak luas wilayah Kota menjadi $373,70 \text{ km}^2$. Wilayah Kota Semarang seluas $373,70 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk pada tahun 2005 sebesar 1.419.478 jiwa. Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Dari 16 kecamatan yang ada, terdapat 2 kecamatan yang mempunyai wilayah terluas yaitu kecamatan Mijen ($57,55 \text{ km}^2$) dan Kecamatan Gunungpati ($54,11 \text{ km}^2$). Kedua Kecamatan tersebut terletak dibagian selatan yang merupakan wilayah perbukitan dan sebagian besar wilayahnya terdapat areal persawahan dan perkebunan. Sedangkan Kecamatan yang mempunyai luas terkecil adalah Kecamatan Semarang Selatan ($5,93 \text{ km}^2$) diikuti oleh Kecamatan Semarang Tengah ($6,14 \text{ km}^2$).

¹Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (Rpjpd) Kota Semarang Tahun 2005 – 2025.

Wilayah Kota Semarang berada pada ketinggian antara 0 sampai dengan 348,00 meter dpl (di atas permukaan air laut). Secara topografi terdiri atas daerah pantai, dataran rendah dan perbukitan, sehingga memiliki wilayah yang disebut sebagai kota bawah dan kota atas. Pada daerah perbukitan mempunyai ketinggian 90,56 - 348 MDPL yang diwakili oleh titik tinggi yang berlokasi di Jatingaleh dan Gombel, Semarang Selatan, Tugu, Mijen, dan Gunungpati, dan di dataran rendah mempunyai ketinggian 0,75 MDPL. Kota bawah merupakan pantai dan dataran rendah yang memiliki kemiringan antara 0% sampai 5%, sedangkan dibagian Selatan merupakan daerah dataran tinggi dengan kemiringan bervariasi antara 5%-40%.

B. Profil Pasar Johar

1. Sejarah Pasar Johar²

Pasar Johar merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Semarang. Sejarah tentang pasar ini dimulai pada seabad yang lalu, tepatnya pada tahun 1860. Pada saat itu masih banyak pedagang yang menggelar dagangannya di depan penjara sebelah timur alun-alun Kota Semarang. Para pedagang berdagang untuk melayani para keluarga tahanan yang menunggu waktu jam besuk di bawah pohon Johar.

Menurut cerita masyarakat pohon Johar tersebut merupakan pemberian dari Sunan Pandanaran yang tidak menginginkan kawasan tersebut menjadi kumuh oleh tenda para pedagang. Oleh karena itu Sunan Pandanaran memerintahkan untuk menanam pohon Johar di sekitar lokasi penjara agar bisa digunakan untuk berteduh. Barang-barang yang dijual oleh para pedagang adalah barang hasil dari pertanian seperti buah-buahan, jagung, pisang, dan juga ketela pohon. Pada saat itu para pedagang tidak mengganggu lalu lintas, oleh karena itu pemerintah

²nto, “*Sejarah Pasar Johar Semarang, Pasar Terbesar di Asia Tenggara*”, <http://semarang.kotamini.com>, diakses pada 08 Januari 2018, pukul 14.38 WIB

setempat membiarkannya. Hanya ada para petugas kebersihan yang memungut biaya retribusi dari para pedagang.

Pada tahun 1931 Pemerintah Kota Praja berniat untuk membangun pasar yang lebih besar dengan cara menggabungkan pasar yang sudah ada yaitu pasar Johar, Pasar Pedamaran, Pekojan, Benteng dan juga pasar Jurnatan. Pasar Johar dipilih sebagai lokasi pembangunan pasar baru tersebut, karena lokasi ini dianggap yang paling strategis dibanding dengan pasar yang lain. Kemudian pada tahun 1933, Ir Thomas Karsten, seorang arsitek Belanda diminta untuk membuat desain pasar sentral yang memiliki bentuk dasar seperti pasar Jatiasih. Thomas Karsten kemudian membuat arsitektur pasar Johar yang memungkinkan sinar matahari bisa masuk ke seluruh penjuru pasar tanpa adanya efek panas. Serta adanya sirkulasi udara yang mengalir dengan baik.

Dengan manajemen dan arsitektur yang baik, pada tahun 1955 Pasar Johar disebut-sebut sebagai pasar tradisional terbaik dan terbesar di Asia Tenggara. Dalam perkembangannya Pasar Johar semakin berkembang dengan pesat. Pedagang yang mengisi tempat ini tidak hanya pedagang dari Semarang tapi banyak juga dari luar kota yang mencari rejeki di pasar ini. Bisa dibilang pedagang di pasar ini terdiri dari berbagai etnik. Ada yang berasal dari etnik Arab, Jawa, Madura, Bugis, Cina, Batak dan etnik-etnik yang lain.

Pasar Johar sendiri setiap harinya selalu dibanjiri oleh para pengunjung yang ingin mencari barang kebutuhan masing-masing. Penyebab pasar ini selalu ramai karena harga barang yang terjangkau dan masih bisa ditawar. Selain itu kualitas barang yang dijual juga tidak kalah bagus dengan barang yang dijual di pusat perbelanjaan. Pada umumnya pasar tradisional terkesan kumuh, becek dan tidak teratur. Tetapi hal ini tidak akan Anda lihat di pasar Johar, karena semuanya tertata dengan baik, bersih dan rapi. Pasar Johar menjadi pasar yang sangat besar yang tidak hanya melayani pedagang dan pembeli dari Semarang, tapi juga mencakup hingga daerah luar Semarang. Bisa dibilang skala pelayanan pasar ini memiliki tingkat regional Jawa Tengah. Itulah kenapa Pasar Johar menjadi salah

satu ikon Kota Semarang. Karena itulah pasar ini pernah mendapatkan predikat pasar terbesar dan terbaik di Asia Tenggara.

2. Visi dan Misi Pasar Johar

UPTD Wilayah Johar mendukung Visi dan Misi Dinas Pasar Pemerintahan Kota Semarang:

Visi:

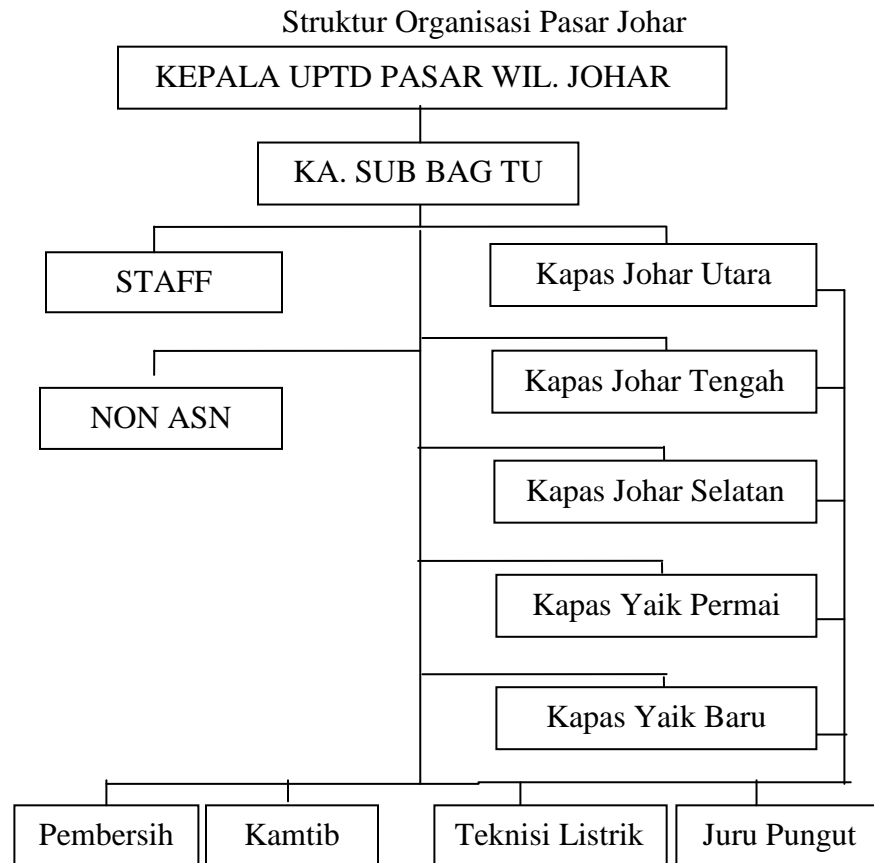
“Terwujudnya Pasar yang Aman, Nyaman, Tertib, Bersih dan Sehat”

Misi:

- a) Mewujudkan kondisi pasar yang nyaman, aman, tertib, bersih dan tertata.
- b) Mewujudkan manajemen yang baik.
- c) Mewujudkan pertumbuhan perpasaran yang efektif, produktif, dan merata.
- d) Mewujudkan pengelolaan dan petugas yang baik dan berkualitas.
- e) Mewujudkan pedagang berperan aktif dalam pengelolaan pasar.
- f) Mewujudkan peningkatan pendapatan sebagai penopang pendapatan asli daerah.

3. Struktur Kepengurusan Pasar Johar³

Gambar 3.1



C. Pasar Johar Sebelum Relokasi⁴

1. Pengantar

UPTD (Unit Pelaksanaan Teknis Dinas) Pasar Wilayah Johar merupakan satu diantara enam UPTD Dinas Pasar Pemerintahan Kota Semarang berdasarkan SK Walikota Semarang Nomor 87 Tahun 2008 tanggal 24 Desember 2008.

Total luas lahan: $\pm 44.072,35 \text{ m}^2$ yang terbagi:

- a. Pasar Johar (bangunan induk): $\pm 17.225 \text{ m}^2$.
- b. Pasar Yaik Baru: $\pm 5.718,2 \text{ m}^2$.

³Dokumentasi di kantor relokasi Pasar Johar di Kawasan MAJT

⁴Dokumentasi di kantor relokasi Pasar Johar di Kawasan MAJT

- c. Pasar Yaik Permai: $\pm 9.375 \text{ m}^2$.
- d. Pasar Kanjengan/Pungkuran: $\pm 11.754,15 \text{ m}^2$.

Bangunan Pasar dibangun tahun 1936, difungsikan secara operasional sejak tahun 1939, terletak di jalan KH. Agus Salim, Kelurahan Kauman, Kecamatan Semarang Tengah, Semarang.

2. Kondisi Fisik Johar

- a. Sarana dan Prasarana
 - i. Gedung bangunan pasar
 - ii. Air dan listrik. Daya listrik terpasang: $\pm 273.800 \text{ Watt}$, Pemakaian $\pm 189.000 \text{ Watt}$
 - iii. Tempat penampungan sampah (TPS) luas: $\pm 50 \text{ m}^2$, Volume sampah/hari: $\pm 75 \text{ m}^3$.
 - iv. Pengelolaan kebersihan oleh Koperasi.
 - v. Pengelolaan kebersihan oleh KSM.
 - vi. Parkir dikelola oleh Dinas Perhubungan.
 - vii. Alat Pemadam Kebakaran.
 - viii. Sumur Bor: 8 buah dan Hydrant: 7 buah.
- b. Jumlah Pedagang aktif: ± 6.398 orang, terdiri:
 - i. Pasar Johar (bangunan induk): ± 2.986 orang.
 - ii. Pasar Yaik Baru: ± 805 orang.
 - iii. Pasar Yaik Permai: ± 1.392 orang.
 - iv. Pasar Kanjengan/Pungkuran: ± 1.215 orang.
- c. Luas tempat dasaran produktif: $\pm 40.694,26 \text{ m}^2$ yang terdiri:
 - i. Kios : $\pm 21.186,9 \text{ m}^2$.
 - ii. Los : $\pm 12.609,31 \text{ m}^2$.
 - iii. Dasaran Terbuka : $\pm 6.898,05 \text{ m}^2$.
- d. Wilayah Johar terbagi menjadi:
 - i. Johar Utara

- ii. Johar Selatan
- iii. Johar Tengah
- iv. Johar Permai

3. **Konsep Pasar Johar Sebelum Relokasi⁵**

Konsep pasar Johar sebelum relokasi sangat memenuhi kriteria pasar tradisional berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No. 20 Tahun 2012. Lahan dan bangunan pasar Johar dimiliki, dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya UPTD pasar Johar yang berada dalam pasar tersebut yang bertugas mengatur dan mengelola pasar. Pada pasar Johar terdapat sistem tawar menawar antara penjual dengan pembeli. Proses tawar menawar antara penjual dan pembeli yang mempengaruhi ramainya kios di pasar Johar. Kemudian meskipun pasar Johar terbagi kedalam 4 wilayah akan tetapi letaknya masih saling berdekatan. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya.

Mengenai lokasi pasar, berdasarkan Permen no. 20 tahun 2012 bahwa penentuan lokasi pasar harus dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Pasar Johar yang berlokasi di tengah-tengah kota serta mudah di akses dari berbagai penjuru. Hal tersebut yang membuat pasar Johar selalu ramai oleh pembeli bahkan sampai dari luar daerah Kota Semarang.

Dilihat dari sisi bangunan dan tata letak pasar serta fasilitas pendukung yang ada di pasar Johar yang mana telah penulis sebutkan sebelumnya bahwa telah memenuhi kriteria berdasarkan Permen no. 20 tahun 2012 bahwa persyaratan standar pasar selain lokasi juga terdapat bangunan yang dapat memberikan kenyamanan pedagang maupun pembeli serta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya seperti toilet umum, mushola. Namun berdasarkan pengamatan dilapangan

⁵ Hasil observasi pada 22 Januari 2018\

kondisi area parkir di pasar Johar kurang memadai, banyak dijumpai pengunjung yang parkir di pinggir jalan sehingga menyebabkan kemacetan lalu lintas.

D. Pasar Johar Sesudah Relokasi

1. Relokasi Pasar Johar ke Kawasan MAJT⁶

Pasar Johar di relokasi dan diresmikan oleh Pemerintah Kota Semarang pada Mei 2016. Pasar Johar merupakan pasar tradisional yang pedagangnya telah mencakup keseluruhan kebutuhan pokok masyarakat. Alasan Pemerintah merelokasi pasar Johar karena pada bulan Mei 2015 terjadi musibah kebakaran di pasar Johar yang diketahui hampir 50 % dari total ±4.458 pedagang di pasar Johar telah menjadi korban dalam musibah kebakaran tersebut. Wilayah pasar Johar yang terkena dampak kebakaran dan harus di relokasi adalah Yaik Permai, Johar Tengah, Johar Selatan, Johar Utara dan Pasar Kanjengan/Pungkuran.

Pasca kebakaran tentunya para pedagang harus tetap berjualan agar terpenuhinya akan kebutuhan hidup mereka, yang kemudian dalam kondisi darurat para pedagang menempati satu ruas jalan di depan pasar Johar untuk berjualan, sehingga terjadi kesemprawutan dan kemacetan lalu lintas. Sehingga Pemerintah Kota Semarang ingin membangun pasar sementara yang lebih besar yang dapat menampung banyak pedagang. Dan pada akhirnya Pemerintah Kota Semarang bekerja sama dengan pihak Masjid Agung Jawa Tengah untuk menyewa lahan yang kemudian kawasan tersebut dijadikan sebagai relokasi sementara para pedagang yang menjadi korban kebakaran. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sudiro selaku Kasubag TU Pasar Johar sebagai berikut;

“... ..Waktu itu pasar Johar terbakar, setelah terbakar mau tidak mau para pedagang harus tetap bertahan untuk jualan, pertama, darurat kan di tengah jalan, kalau di tengah jalan terus-menerus tidak mungkin kasihan dengan para pengguna jalan, kemudian Pemerintah mengusahakan tempat relokasi sementara

⁶ Hasil wawancara pada tanggal 22 Januari 2018 dengan Kasubag pasar Johar di kantor relokasi Pasar Johar

yang pada akhirnya Pemerintah Kota bekerja sama dengan Pihak Masjid Agung Jawa Tengah untuk menyewa lahan yang kemudian dijadikan sebagai relokasi sementara Pasar Johar....” (Hasil wawancara pada tanggal 22 Januari 2018 di kantor relokasi Pasar Johar).

Relokasi Pasar Johar yang terletak di Jalan Soekarno Hatta Siwalan, Kecamatan Gayamsari Kota Semarang yang dibangun di atas tanah dengan luas 40.000 M², diresmikan pada Mei 2016 mempunyai daya tampung 9.568 los dengan jumlah pedagang ±2.500 orang. Satu pedagang bisa menempati lebih dari satu los yang tersedia. Dengan tersedianya jumlah loss diharapkan semua pedagang sebagai korban dampak kebakaran bisa menempati los dan berjualan di kawasan relokasi. Adapun ukuran los beraneka ragam yaitu 2 kali 1 setengah meter, 2 kali 2 meter, 3 kali 3 meter, dan 2 kali 5 meter, besar kecilnya ukuran los yang di tempati sementara berdasarkan besar kecilnya ukuran los pedagang sebelum terbakar. Di kawasan relokasi Pasar Johar pedagang baru tidak bisa masuk dan menempati los dan berjualan di pasar, kecuali ada kesepakatan dengan pihak yang mempunyai los tersebut yang kemudian untuk di tempati oleh pedagang baru. Pemerintah menyediakan los untuk para pedagang korban kebakaran secara gratis tidak dikenai biaya sewa akan tetapi pedagang diwajibkan untuk membayar retribusi setiap hari. Tarif retribusi berbeda-beda setiap pedagang, tergantung ukuran luas los dan penggunaan lampu, air dan tambahan biaya kebersihan. Retribusi untuk per meter los per hari adalah Rp.500,-.

2. Kondisi Pasar Johar Sesudah Relokasi⁷

Dalam melayani pembeli, pasar beroperasi mulai pagi hingga sore, kecuali untuk pedagang besar mereka buka hingga 24 jam dikarenakan sering melakukan bongkar muat serta melayani pembeli besar yang berbelanja pada waktu sore

⁷ Hasil observasi pada tanggal 22 Januari 2018

hingga malam hari. Hal ini sama seperti pasar Johar sebelum relokasi. Adapun barang yang dijual di pasar beraneka ragam mulai bumbu dapur, sembako, buah-buahan, sayur mayur, pakaian, peralatan rumah tangga, ikan, daging, dan lain-lain.

Dari segi kenyamanan tempat, relokasi pasar Johar tergolong nyaman karena tersediannya beberapa fasilitas yang kondisinya baik dan memadai yaitu toilet umum, mushola, lahan parkir, dan kantor petugas pasar. Kemudian terdapat petugas ketertiban yang bertugas mengatur dan menertibkan tempat-tempat yang telah tersedia yang kurang nyaman agar tidak mengganggu aktivitas kegiatan di pasar. Selanjutnya mengenai kebersihan pasar cukup bersih atau bisa dibilang tidak kumuh karena terdapat petugas kebersihan yang selalu membersihkan sampah yang diperoleh akibat dari aktivitas di pasar.

Walaupun kondisi relokasi pasar yang nyaman dan bersih akan tetapi akses menuju pasar relokasi yang sulit, minimnya transportasi menuju pasar karena lokasi pasar yang jauh dari lalu lintas menjadi kendala masyarakat untuk berkunjung, singgah dan berbelanja di pasar relokasi apa lagi letak pasar yang berada di hamparan tanah kosong dan jauh dari lingkungan masyarakat yang kemudian menjadi sebab kondisi pasar yang sepi pembeli, yang selanjutnya berakibat banyaknya pedagang yang meninggalkan losnya dan mencari tempat jualan yang baru, adapun los yang tidak ditempati pedagang yang kemudian di tempati oleh pedagang baru sesuai dengan kesepakatan pemilik los, bahkan akibatnya sepi pembeli dan menurunnya omset penjualan banyak pedagang yang beralih berjualan barang dagang lain. Namun, rencana dalam waktu dekat ini pasar Yaik Baru akan segera di relokasi dan bergabung di kawasan relokasi. Yaik Baru yang terletak di depan Masjid Agung Kauman Semarang ini merupakan bagian dari pasar Johar yang tidak terkena dampak kebakaran. Seluruh pedagangnya yang berjumlah 900 orang akan di relokasi dan di pindahkan ke kawasan relokasi. Alasan Pemerintah Kota merelokasi pedagang Pasar Yaik Baru karena kawasan tersebut akan di bangun sebuah taman guna penataan atau

keindahan Kota. Oleh karena itu diharapkan setelah seluruh pedagang Yaik Baru pindah dan berdagang di kawasan relokasi bisa meramaikan pasar.

Kurang strategisnya lokasi pasar sementara yang dijadikan sebagai penggerak ekonomi dan meningkatkan pendapatan para pedagang yang menjadi faktor menurunnya jumlah pembeli yang berdampak pada menurunnya pendapatan pedagang, dikarenakan lokasi yang jauh dan minimnya alat transportasi.

Di kawasan relokasi terkait dengan penataan pedagang, kurang efektif, penataannya ada yang tidak berdasarkan pada zona atau blok perdagangan yang sesuai dengan jenis barang dagangan yang dijual, yang akibatnya pembeli akan lebih lama menghabiskan waktu untuk mencari barang belanjaan yang dituju atau yang diinginkan.

3. Konsep Pasar Johar Sesudah Relokasi⁸

Berdasarkan Permen No. 20 Tahun 2012, bahwa syarat standar perencanaan fisik dalam pembangunan pasar tradisional meliputi :

- a. Penentuan lokasi,
- b. Penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar, dan
- c. Sarana pendukung.

Penentuan lokasi yang dimaksud adalah pasar yang dekat dengan pemukiman penduduk/pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki sarana dan prasarana transportasi. Dalam hal ini lokasi yang digunakan sebagai relokasi sementara para pedagang pasar Johar johar belum termasuk kedalam syarat standar perencanaan fisik pasar berdasarkan Permen No. 20 Tahun 2012. Karena lokasi yang dijadikan relokasi jauh dari pemukiman masyarakat. Serta minim transportasi umum menuju lokasi pasar. Pemerintah Kota Semarang tidak ada pilihan lain selain kawasan MAJT, PemKot Semarang harus merelokasi para pedagang pasar

⁸ Hasil observasi pada 22 Januari 018

Johar ke kawasan MAJT tersebut yang memiliki lahan luas yang mampu menampung seluruh pedagang pasar Johar karena tidak ada lokasi lain yang mampu menampung seluruh pedagang pasar Johar.

Pengenai penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak telah memenuhi syarat standar perencanaan fisik berdasarkan Permen No. 20 Tahun 2012. Terdapatnya bangunan pasar berbentuk los-los yang mampu menampung para pedagang. Kemudian tata letak pasar tersusun rapi serta terdapat tanda per masing-masing blok bangunan pasar, selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan dagangannya, walaupun masih ada pedagang-pedagang yang tidak berada pada zonasi yang semestinya.

Pada pasar Johar sementara juga terdapat sarana pendukung sebagaimana yang telah ditentukan dalam Perpem No. 20 Tahun 2012, antara lain kantor pengelola pasar, area parkir, tempat pembuangan pasar sementara, air bersih, drainase, mushola, toilet umum, pos keamanan fasilitas pemadam kebakaran, dan area bongkar muat dagangan. Dimana adanya fasilitas tersebut mampu menunjang proses aktivitas jual-beli di relokasi pasar Johar kawasan MAJT menjadi aman dan nyaman.

E. Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Reloksi Persepsi Para Pedagang

Relokasi pasar adalah pemindahan lokasi atau tempat jual beli sementara dari tempat lama ke tempat yang baru yang merupakan salah satu bentuk dari kebijakan pemerintah dengan tujuan revitalisasi. Dalam penelitian ini penulis mengambil 10 informan yang merupakan pedagang di relokasi pasar Johar di kawasan MAJT. Berikut merupakan data hasil wawancara mengenai pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi persepsi masing-masing pedagang:

Tabel 3.1
Data Informan Pedagang Pasar Johar

No.	Nama	Jenis Dagangan	Lama Berdagang
1.	Ros	Snack	18 Tahun
2.	Sri Rahayu	Sembako	30 Tahun
3.	Ekaliptia	Kardus	7 Tahun
4.	Sadiah	Ikan Asin	10 Tahun
5.	Warno	Peralatan Rumah Tangga	15 Tahun
6.	Paini	Pakaian	32 Tahun
7.	Rochatun	Buah	13 Tahun
8.	Martinah	Sayuran	35 Tahun
9.	Agus	Buku	27 Tahun
10.	Zakaria	Jam	26 Tahun

Pertama, hasil wawancara dengan ibu Ros sebagai pedagang *snack* atau makanan kecil yang bertempat tinggal di Tanjung Mas Semarang. Mengatakan bahwa selama berjualan di kawasan relokasi pendapatannya berkurang, yang sebelumnya rata-rata per hari ibu Ros bisa memperoleh pendapatan Rp. 10.0000.000, kini setelah berada di kawasan relokasi pendapatannya menurun hampir 50%. Menurut ibu Ros penurunan tersebut di sebabkan karena lokasinya kurang strategis yang berdampak pada berkurangnya jumlah pelanggan, ditambah dengan akses jalan menuju pasar yang lumayan jauh. Untuk saat ini ibu Ros lebih sering melayani pembelian grosir dari pada pembeli eceran. Dahulu sebelum di relokasi ibu Ros menempati area Johar tengah yang dimana banyak pengunjung yang lalu lalang sehingga banyak dari pengunjung yang mampir ke toko untuk berbelanja, berbanding terbalik dengan tempat relokasi saat ini, lokasi relokasi yang dinilai kurang strategis membuat pasar sepi pengunjung. Kemudian setelah relokasi ibu Ros harus mengurangi jumlah karyawannya, yang awalnya 6 orang karyawan kini ibu Ros hanya memperkerjakan 3

orang karyawan itu semua guna menekan pendapatan yang menurun. Sejalan dengan kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, ibu Ros tidak hanya mengandalkan hasil dari jualan di pasar, akan tetapi beliau juga membuka usaha yang sejenis di rumah dengan memperkerjakan 2 orang karyawan.⁹

Kedua, ibu Sri Rahayu yang merupakan pedagang sembako, beliau berjualan di pasar johar sudah 30 tahun. Sama seperti yang dialami oleh ibu Ros, ibu Sri mengatakan bahwa setelah berada di relokasi saat ini pendapatan ibu Sri juga mengalami penurunan 50%, yang awalnya sebelum di Relokasi beliau memperoleh pendapatan rata-rata sehari mencapai Rp. 1.000.000, saat ini setelah berada di relokasi ibu Sri hanya memperoleh pendapatan Rp. 500.000 dalam sehari, beliau menuturkan bahwa menurunnya pendapatan di karenakan lokasi yang ditempati saat ini kurang strategis. Ibu Sri menempati bagian belakang pasar, sehingga sedikit pengunjung yang berlalu lalang di depan tempat jualan ibu Sri. Tempat yang jauh membuat pengunjung enggan masuk terlalu jauh di pasar, kebanyakan pengunjung sudah mendapatkan barang belanjaan di bagian depan dari pada harus berjalan jauh sampai kebelakang dengan harga yang sama. Akibat sepi pembeli banyak dagangan yang busuk karena tidak laku sehingga menambah kerugian yang dialami oleh ibu Sri. Menurut ibu Sri kalau hanya mengandalkan berjualan di pasar saat ini tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup yang terus naik, sehingga beliau juga membuka toko sembako di rumah sebagai tambahan penghasilan.¹⁰

Ketiga, ibu Ekalipta sebagai pedagang kardus yang berusia 30 tahun, mengaku setelah berada di pasar relokasi pendapatannya berkurang tidak seperti ketika berjualan di pasar johar lama yang setiap harinya bisa memperoleh pendapatan sebesar Rp. 5.000.000, kini setelah berada di relokasi pendapatannya menurun drastis yaitu setiap harinya ibu Ekalipta hanya memperoleh pendapatan sebesar Rp. 1.000.000, sama seperti informan sebelumnya, penurunan ini di sebabkan oleh

⁹ Wawancara dengan Ibu Ros (Selaku pedagang snack di relokasi pasar Johar), 20 Februari Pkl 10.42 WIB

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Sri Rahayu (Selaku pedagang sembako di relokasi pasar Johar), 20 Februari Pkl 11.01 WIB

suasana pasar yang sepi karena akses jalan yang sulit di jangkau oleh transportasi umum. Usaha ibu Ekalipta untuk memaksimalkan pendapatan di saat sepi pembeli, beliau tidak hanya diam dan menunggu pembeli datang akan tetapi ibu Ekalipta menerapkan strategi jemput bola yaitu dengan melayani antar barang. Akibat dari menurunnya pelanggan yang berdampak terhadap tingkat pendapatan, sehingga ibu Ekalipta harus mengurangi beberapa pengeluaran salah satunya ibu Ekalipta harus mengurangi jumlah karyawannya agar modal usahannya bisa berputar secara konsisten sehingga kebutuhan hidup dapat terpenuhi.¹¹

Keempat, ibu Sadiyah sebagai pedagang ikan asin, berbeda dengan keterangan yang di sampaikan oleh informan-informan sebelumnya, ibu Sadiyah mengatakan bahwa berada di relokasi saat ini tidak mempengaruhi pendapatannya, pelangganya juga cenderung tetap tidak ada perubahan setelah berada di relokasi. Sebelum pasar di relokasi maupun sesudah pasar direlokasi pendapatan ibu Sadiyah stabil yaitu rata-rata perhari beliau memperoleh pendapatan Rp. 2.000.000,-. Meskipun beliau mengungkapkan bahwa lokasi pasar kurang strategis dan minim transportasi umum. Dalam memenuhi kebutuhan hidup setelah berada direlokasi menurut ibu Sadiyah satabil tidak ada perubahan apa pun.¹²

Kelima, ibu Warno sebagai pedagang peralatan rumah tangga, beliau berdagang di pasar Johar sudah 15 tahun lamanya. Ibu Warno menjadi salah satu korban atas musibah kebakaran yang menghancurkan seluruh dagangannya. Setelah berada di relokasi ibu Warno mengatakan bahwa pendapatannya mengalami penurunan yang sebelum kebakaran atau sebelum relokasi setiap hari ibu Warno memperoleh pendapatan sebesar Rp. 3500.000, sekarang setelah berada di relokasi ibu Warno hanya memperoleh pendapatan dalam sehari sebesar Rp. 150.000,-. Menurut ibu Warno penurunan tersebut disebabkan oleh kondisi pasar yang sepi pengunjung karena lokasi pasar yang kurang strategis jauh dari pemukiman serta transportasi yang

¹¹ Wawancara dengan Ibu Ekalipta (Selaku pedagang Kardus di relokasi pasar Johar), 20 Februari Pkl 11.30 WIB

¹² Wawancara dengan Ibu Sadiyah (Selaku pedagang Ikan Asin di relokasi pasar Johar), 20 Februari Pkl 12.55 WIB

sulit bagi pembeli atau pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Selain itu ibu Warno mendapatkan los atau tempat jualan yang kurang strategis, yaitu los yang menjorok ke dalam dengan kondisi jalan yang sempit sehingga sulit di jangkau oleh pengunjung. Oleh katena iu untuk mengatasi kendala tersebut ibu Warno setiap hari memindahkan barang dagangannya ke depan untuk menarik minat pembeli. Keuntungan bersih yang di dapat oleh ibu Warno berjualan di relokasi setiap hari yaitu Rp. 45.000,-. Menurut beliau kalau hanya mengandalkan keuntungan dari jualan saat ini tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sifatnya tidak menentu, berbeda saat pasar belum terbakar yang setiap harinya ibu Warno mendapat keuntungan bersih sebesar Rp. 150.000,- yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup bahkan masih bisa disisihkan untuk ditabung.¹³

Keenam, ibu Painsi seorang pedagang pakaian mengatakan bahwa setelah berada di relokasi pendapatannya menurun dari yang awalnya sehari mendapatkan Rp. 750.000,-, saat ini setelah berada di relokasi rata-rata dalam sehari ibu Painsi hanya memperoleh pendapatan Rp. 250.000,-. Ibu Painsi yang dulunya menggunakan jasa karyawan untuk membantunya saat berjualan pakaian, kini beliau tidak lagi mengguakan jasa karyawan karena akibat pendapatan yang minim tersebut. Seperti yang di katakan oleh informan sebelumnya bahwa untuk memenuhi kebutuhan saat ini tidak cukup kalau hanya mengandalkan dari hasil jualan. Walau pun ibu Painsi mendapatkan tempat di area depan akan tetapi penurunan pembeli saat ini sangat di rasakan oleh beliau, walau pun begitu ibu Painsi bersyukur dengan kondisinya saat ini, beliau mengatakan bahwa setiap hari selalu ada pembeli akan tetapi tidak seramai dulu, jika di dibandingkan dengan pedagang sejenis yang mendapatkan area di tengah dan di belakang yang sering dalam sehari tidak ada pembeli satu pun.¹⁴

Ketujuh, ibu Rochatun yang merupakan pedagang buah beliau mengatakan bahwa setelah berada di relokasi pendapatannya mengalami penurunan, awalnya

¹³ Wawancara dengan Ibu Warno (Selaku pedagang peralatan rumah tangga di relokasi pasar Johar), 23 Februari Pkl 15.00 WIB

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Painsi (Selaku pedagang pakaian di relokasi pasar Johar), 23 Februari Pkl 15.45 WIB

sebelum di relokasi rata-rata beliau dalam sehari memperoleh pendapatan sebesar Rp. 15.000.000, kini setelah berada di relokasi pendapatannya menurun menjadi Rp. 10.000.000,-. Hal tersebut di sebabkan oleh berkurangnya pelanggan karena perpindahan lokasi membuat pelanggan kebingungan mencari tempat langganannya sehingga banyak pelanggan yang pindah ke tempat lain dan berpencar-pencar, bahkan ibu Rochatun pernah mengalami kerugian karena barang dagangan yang menumpuk dan busuk sehingga terpaksa harus di buang. Selain hal tersebut menurut ibu Rochatun berjualan di relokasi cukup merepotkan di karenakan ukuran los yang tidak sebanding dengan sebelumnya dan juga ibu Rochatun harus mengeluarkan banyak biaya tambahan untuk memperbaiki los mereka yang sebelumnya di sediakan dengan bentuk sangat sederhana. Mengenai lokasi relokasi sendiri kurang strategis, transportasi umum sulit memasuki kawasan ini ditambah lagi disaat hujan jalan menuju relokasi sering banjir, faktor tersebut yang membuat pasar sepi pengunjung yang membuat menurunnya omset penjualan.¹⁵

Kedelapan, Ibu Maritnah yang merupakan pedagang sayuran, beliau mengatakan bahawa setelah berada di relokasi pendapatannya mengalami kenaikan yang sebelum relokasi memperoleh pendapatan Rp. 300.000,-, sekarang setelah berada di relokasi pendapatannya naik menjadi Rp. 500.000,- dalam sehari. Hal tersebut di sebabkan karena di tempat relokasi Ibu Martinah mendapat tempat yang nyaman dan strategis sehingga banyak pengunjung yang lalu-lalang yang kemudian mampir ke lapak Ibu Martinah untuk membeli berbagai macam sayuran. Berbeda dengan dahulu saat berada di Johar lama, Ibu Martinah hanya menjual satu jenis sayuran, hal tersebut dikarenakan lokasi lapak yang kurang strategis yaitu di area dalam sehingga sedikit dari pengunjung yang berjalan sampai ke lapak Ibu Martinah oleh karena itu diakui oleh beliau bahwa pendapatannya hanya pas-pasan. Sekarang di tempat relokasi karena lokasi lapak yang strategis, mudah di jangkau oleh pembeli membuat

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Rochatun (Selaku pedagang buah di relokasi pasar Johar), 23 Februari Pkl 16.05 WIB

jualannya menjadi ramai bahkan Ibu Martinah sekarang menjual berbagai macam sayuran sehingga pendapatannya mengalami kenaikan.¹⁶

Kesembilan, Bapak Agus yang merupakan pedagang buku, beliau mengatakan bahwa berada di relokasi sekarang ini kondisinya sepi pembeli dikarenakan transportasi menuju relokasi yang sulit sehingga pendapatannya menurun dari Rp.500.000,- per hari sebelum berada di relokasi menjadi Rp. 100.000,- perhari setelah relokasi.¹⁷

Kesepuluh, Bapak Zakaria selaku pedagang Jam yang mengatakan bahwa di kawasan relokasi pasar peminat akan barang ini relatif, namun akibat lokasi pasar yang kurang strategis berbeda dengan pasar johar sebelum relokasi, pedagang jam setelah relokasi jumlahnya pun sedikit sehingga kurang menarik minat pembeli yang membuat omset pedagang jam menurun bahkan ada pedagang jam yang menutup kiosnya akibat sepi pembeli, hal itu karena lokasi kiosnya yang berada di belakang sulit dijangkau oleh pembeli. Pendapatan Bapak Zakaria sebelum relokasi Rp. 2.000.000,-, setelah relokasi pendapatannya menurun menjadi Rp. 500.000,- per hari.¹⁸

¹⁶Wawancara dengan Ibu Martinah (Selaku pedagang sayuran di relokasi pasar Johar), 16 Maret 2018 pk1 14.30 WIB

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Agus (Selaku pedagang buku di relokasi pasar Johar), 16 Maret 2018 pk1 15.15 WIB

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Zakaria (Selaku pedagang jam di relokasi pasar Johar), 2 Mei 2018 pk1 10.30 WIB

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Analisis Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi

Relokasi merupakan pemindahan dari lokasi lama ke lokasi baru yang sifatnya permanen dan/atau sementara. Relokasi sebagai solusi apabila telah dilakukan perbaikan, pembangunan, dan pembongkaran agar lebih tertata atau pun perbaikan, pembangunan, pembongkaran dan penataan kembali bangunan karena suatu bencana, seperti yang terjadi di pasar Johar saat ini. Dalam hal ini pedagang sebagai penghuni pasar yang terkena dampak dari bencana kebakaran di haruskan pindah tempat berdagang dan bisa kembali berjualan di tempat lama sampai pasar Johar selesai terbangun.

Pasar merupakan pusat aktivitas perekonomian dalam suatu daerah, yang di dalamnya tidak terlepas oleh peran penjual atau pedagang dan pembeli. Dan dalam fungsinya, keberadaan pasar sangatlah penting karena selain mendorong dan meningkatkan roda perekonomian khususnya kepada para pedagang tetapi juga ketersediaannya terhadap bahan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat guna memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu keberadaannya membutuhkan ruang yang layak sehingga aktivitas jual beli menjadi lebih nyaman dan lancar.

Dalam bisnis dengan karakteristik konsumen yang mendatangi pedagang maka, salah satu strategi paling penting dalam keadaan tersebut adalah dengan pemilihan lokasi yang tepat atau strategis, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan lokasi usaha yang strategis maka akan banyak di lihat oleh konsumen sehingga banyak dari mereka yang datang dan berbelanja. Dengan demikian secara langsung akan meningkatkan jumlah pelanggan yang kemudian berdampak pada meningkatnya omset penjualan.

Sebuah pasar dengan lokasi yang tepat dan strategis akan lebih terjamin kenyamanan dan kelancaran dalam bertransaksi. Oleh karena itu banyak faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan dalam pemilihan lokasi, misalnya seperti jarak antara lokasi pasar dengan pemukiman masyarakat yang tidak jauh, kemudian dekat dengan keramaian lalu lintas yang menjadi pemberhentian pembeli, ketersediaan transportasi umum bagi masyarakat yang tidak menggunakan kendaraan pribadi, ketersediaan lahan parkir yang memadai dan fasilitas pendukung lainnya yang perlu diperhatikan dalam pemilihan lokasi pasar.

Dalam Peraturan Menteri No. 20 Tahun 2012 mengenai perencanaan fisik pembangunan pasar tradisional menyebutkan bahwa syarat standar pembangunan pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- a. Penentuan lokasi, dalam hal ini pasar agar bisa berkembang sesuai dengan yang diharapkan antar lain menentukan lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman penduduk/kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki akses atau sarana dan prasarana transportasi.
- b. Menyediakan fasilitas bangunan dan tata letak pasar, karena dalam Perpres no. 112 tahun 2007 bahwa pasar tradisional harus memiliki bangunan berupa toko/kios/los/tenda. Dengan adanya bangunan dapat mempermudah pedagang dalam menyimpan dagangannya serta aktivitas jual beli berjalan nyaman tidak terjadi hambatan dalam operasionalnya.
- c. Sarana pendukung, dalam pasar selain lokasi dan bangunan, perlu adanya sarana fasilitas pendukung lainnya agar aktivitas di pasar tradisional berjalan dengan aman dan nyaman.

Sesuai dengan Permen No. 12 Tahun 2012 di atas, supaya suatu pasar dapat berkembang dengan baik dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat maka peraturan tersebut harus diperhatikan dengan baik dalam pembangunan pasar.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi mempunyai perbedaan yaitu:

1. Lokasi

Lokasi pasar Johar pada saat sebelum relokasi dikatakan strategis karena letak pasar berada di pusat kota sehingga transportasinya mudah untuk di akses dan di lokasi tersebut merupakan pusat aktivitas masyarakat di Semarang. Sedangkan lokasi pasar Johar setelah relokasi dikatakan kurang strategis karena jauh dari pemukiman penduduk sehingga pada daerah tersebut sangat minim transportasi umum yang mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Johar menurun bila dibandingkan dengan lokasi terdahulu.¹ Hal ini sesuai dengan teori lokasi kegiatan perdagangan bahwa aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi serta pedestrian merupakan syarakt kesuksesan perdagangan.

Dari penjelasan di atas bahwa pasar Johar sebelum relokasi dari aspek lokasi telah sesuai dengan PerMen No. 20 Tahun 2012. Sedangkan pasar Johar sesudah relokasi dari aspek lokasi belum sesuai dengan PerMen No. 20 Tahun 2012.

2. Bangunan dan Tata Letak

Pasar Johar merupakan pasar milik pemerintah yang dikelola oleh dinas perdagangan kota semarang. Salah satu syarat standar pasar tradisional sesuai dengan PerMen No. 20 tahun 2012 menyebutkan bahwa suatu pasar tradisional harus memiliki bangunan dan tata letak. Berdasarkan hasil analisis, pada pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi sama-sama memiliki bangunan. Akan tetapi ukuran bangunan antara sebelum dan sesudah relokasi memiliki perbedaan yaitu ukuran pasar Johar setelah relokasi memiliki ukuran yang lebih kecil dari pada sebelum di relokasi. hal tersebut menyebabkan para pedagang kurang leluasa dalam menyimpan barang dagangannya. Untuk perihal tata letak, pasar Johar sebelum relokasi mempunyai tata letak yang rapi, para pedagang berada dalam

¹Wawancara dengan pedagang

zonasi sesuai berdasarkan jenis barang dagangan. Namun pada pasar sebelum relokasi tidak memiliki tanda antara masing-masing blok, akan tetapi hal tersebut tidak membuat para pembeli kesulitan dalam mencari barang yang akan dibeli karena para pedagang di pasar Johar sebelum relokasi telah berkelompok sesuai dengan jenis barang dagangan. Pada pasar Johar sesudah relokasi juga memiliki tata letak yang rapi, namun ada beberapa pedagang yang tidak berada berdasarkan zonasi jenis barang dagangan, sehingga banyak dijumpai pedagang bercampur dengan pedagang lain yang berbeda jenis. Di dalam pasar sesudah relokasi terdapat tanda blok per masing-masing bangunan, sehingga memudahkan para pembeli mencari barang yang diinginkan.

3. Sarana Pendukung

Mengenai sarana pendukung atau fasilitas-fasilitas penunjang antara pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi memiliki fasilitas yang sama, seperti yang disebutkan dalam PerMen No. 20 Tahun 2012. Menurut penuturan salah satu pedagang bahwa pasar Johar sebelum atau pun setelah relokasi sama-sama memiliki fasilitas yang baik.² Hanya saja area parkir pengunjung di pasar Johar sebelum relokasi kondisi area parkir kurang luas sehingga banyak pengunjung yang memarkirkan kendaraannya dipinggir jalan yang kemudian mengganggu arus lalulinas. Sedangkan area parkir di pasar Johar setelah relokasi memiliki lahan yang luas. Hal lain dapat terlihat antara pintu masuk dan pintu keluar dibedakan, sehingga terlihat lebih teratur ketika masuk dan keluar pasar. Hal ini sesuai dengan teori lokasi kegiatan perdagangan bahwa mengenai fasilitas perdagangan kemudahan pencapaian lokasi, kelancaran lalu lintas dan kelengkapan fasilitas parkir merupakan syarat penentuan lokasi dan kesuksesan kegiatan perdagangan.

² Wawancara dengan pedagang

Dari analisis mengenai kondisi tersebut berdampak terhadap perubahan kondisi para pedagang, dan berikut merupakan analisis kondisi pedagang pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi berdasarkan teori dari hasil temuan penelitian terdahulu yang terdiri dari beberapa komponen sebagai berikut:

1. Pendapatan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan kepada 10 pedagang pasar Johar, 8 pedagang pendapatannya menurun setelah relokasi, kemudian 1 pedagang pendapatannya mengalami peningkatan setelah relokasi, dan 1 pedagang pendapatannya stabil sebelum dan sesudah relokasi. Dan berikut merupakan tabel antara pendapatan pedagang pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi.

Tabel. 4.1

Rata-rata Omset Penjualan Per Hari Pedagang Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi

No.	Jenis Dagangan	Sebelum	Sesudah
1.	Sembako	Rp. 1.000.000,00	Rp. 500.000,00
2.	Buah	Rp. 15.000.000,00	Rp. 10.000.000,00
3.	Sayuran	Rp. 300.000,00	Rp. 500.000,00
4.	Ikan Asin	Rp. 2.000.000,00	Rp. 2.000.000,00
5.	Peralatan Rumah Tangga	Rp. 350.000,00	Rp. 150.000,00
6.	Pakaian	Rp. 750.000,00	Rp. 250.000,00
7.	Buku	Rp. 500.000,00	Rp. 100.000,00
8.	<i>Snack</i> (Makanan Ringan)	Rp. 10.000.000,00	Rp. 5.000.000,00
9.	Kardus	Rp. 5.000.000,00	Rp. 1.000.000,00
10.	Jam	Rp. 2.000.000,00	Rp. 500.000,00

Sumber: Data primer diolah pada 25 April 2018

Dari hasil tersebut telah terjadi perubahan dari aspek pendapatan yang diperoleh pedagang sebelum dan sesudah relokasi. Sebagian besar pendapatan para pedagang menurun setelah relokasi. Hal ini berbeda dalam hasil penelitian Aldinur Amri yang menjelaskan bahwa umumnya para pedagang tidak mengalami penurunan pendapatan setelah relokasi, para pedagang yang merasa pendapatannya berkurang hanya mencakup sebagian kecil saja sedangkan sebagian besar pedagang tidak mengalami penurunan dan cenderung stabil dan bahkan banyak pedagang yang mengaku pendapatan mereka meningkat setelah pasar direlokasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang pasar Johar sejumlah sepuluh informan dari berbagai macam jenis pedagang seperti; pedagang sembako, buah, sayur, ikan asin, peralatan rumah tangga, pakaian, buku, *snack* (makanan ringan), kardus, dan jam. Berdasarkan wawancara tersebut peneliti telah memperoleh jawaban mengenai pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi, bahwa kondisi pasar saat ini sepi karena lokasi yang jauh dari jalan raya serta minim transportasi umum sehingga berdampak terhadap pendapat sebagian besar pedagang menurun, berbeda dengan pasar Johar sebelum relokasi, yang lokasinya sangat dekat dengan jalan raya serta berada di tengah-tengah kota sehingga pasar Johar yang lama selalu ramai oleh pembeli.

2. Modal Usaha

Pasca musibah kebakaran yang kemudian pedagang pasar Johar di relokasi, pedagang memperoleh bantuan modal dari Pemerintah Kota Semarang yang masing-masing memperoleh sebesar Rp. 2.000.000,- guna meringankan para pedagang dalam membangun kembali usaha mereka.³ Permodalan dalam usaha sangat penting karena kekurangan modal dapat membatasi ruang gerak aktivitas usaha. Bagi pedagang di pasar tradisional, keterbatasan modal dapat menyebabkan terjadinya kesulitan untuk mencapai tingkat pendapatan yang

³ Wawancara dengan Kasubag pasar Johar pada 22 Januari 2018

optimal guna menjaga kelangsungan hidup usahanya.⁴ Namun modal tersebut belum cukup untuk mengganti kerugian para pedagang. Oleh karena itu para pedagang pasar Johar setelah relokasi menambah modal usaha mereka dengan uang pribadi, dan ada juga yang mencari pinjaman dari pihak ketiga sebagai tambahan modal.

Pasar Johar sesudah relokasi yang dinilai oleh para pedagang lokasi pasar kurang strategis yang membuat kondisi pasar sepi pengunjung, sehingga modal yang mereka keluarkan sedikit, karena besar-kecilnya modal usaha yang dikeluarkan tergantung besar-kecilnya pula omset penjualan yang mereka didapatkan. Jika omset penjualannya meningkat maka biasanya para pedagang menambah modal jualan, dan sebaliknya. Mereka mengungkapkan bahwa modal yang mereka keluarkan lebih sedikit setelah pasar Johar di relokasi, dari hal tersebut karena kurang lakunya barang dangangan mereka saat ini dibandingkan dengan dulu di pasar Johar sebelum relokasi. Bahkan selain modal yang mereka keluarkan lebih sedikit mereka juga kesulitan memutar modal mereka agar usahanya tetap terus berjalan, seiring dengan pendapatan mereka yang cenderung menurun.⁵

3. Pengembangan Usaha

Sesudah pasar Johar relokasi pedagang belum mampu mengembangkan usaha mereka seperti pada saat sebelum relokasi hal tersebut terkendala oleh menurunnya omset penjualan pedagang yang mengakibatkan modal usaha sulit untuk diputarkan.⁶

Berdasarkan dari penjelasan tiga komponen tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar Johar sesudah relokasi belum bisa berkembang sesuai dengan apa yang diharapkan seperti yang terjadi pada pasar Johar sebelum relokasi. Hal tersebut

⁴Sabirin dan Dini Ayuning Sukimin, “Islamic Micro Finance Melati: Upaya Penguatan Permodalan bagi Pedagang Pasar Tradisional”, *JurnalEconomica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1 2017.

⁵ Wawancara dengan pedagang pasar Johar

⁶ Wawancara dengan pedagang pasar Johar

dikarenakan akses transportasi umum menuju pasar Johar sesudah relokasi yang minim dan lokasi pasar yang jauh dari pemukiman masyarakat sehingga pasar menjadi sepi yang mengakibatkan banyak pedagang yang pendapatannya mengalami penurunan di bandingkan sebelum relokasi.

B. Analisis Pasar Johar Sebelum dan Sesudah Relokasi Dalam Perspektif Islam

Relokasi pasar merupakan pemindahan sementara atau pun tetap terhadap lokasi/tempat aktivitas jual beli. Dalam penerapan kebijakan tersebut hal utama yang harus diperhatikan adalah kemaslahatan dan keadilan bagi semua pihak. Karena Islam mengajarkan bahwa untuk selalu senantiasa mengedepankan keadilan atas segala pikiran dan tindakan. Bahwa dalam hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' (4) ayat 135 sebagai berikut:

ن وَالْأَقْرَبِينَ وَالْوَالِدِينَ أَوْ أَنْفُسِكُمْ عَلَىٰ وَلَوْلَا شُهُدَاءٌ بِالْقِسْطِ قَوَّامِينَ كُنُوءًا أَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 اللَّهُ فَإِنَّ تَعْرُضُوا أَوْ تَلُودُوا وَإِنْ تَعَدُّوا أَنْ أَهْوَىٰ تَتَّبِعُوا فَلَا هِمَا أَوْلَىٰ فَاللَّهُ فُقِيرًا أَوْ غَنِيًّا يُكْرِهُ
 خَيْرًا تَعْمَلُونَ بِمَا كَانَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan....” (QS. An-Nisaa' (4) ayat 135).

Dari ayat tersebut menjelaskan bahawa kemaslahatan sangat penting, dalam hal ini adalah kemaslahatan para pedagang di pasar Johar karena pada tahun 2015 telah

terjadi kebakaran yang menyebabkan kerugian yang cukup besar. Oleh sebab itu sebagai upaya untuk memasalahkan para pedagang di pasar Johar, Pemerintah Kota Semarang melakukan relokasi pasar.

Dalam pandangan Islam suatu kebijakan harus mengacu terhadap tujuan diturunkannya syariah atau hukum. Syekh Abdul Wahab Khallaf mengatakan bahwa yang menjadi tujuan umum *syari'* dalam persyariaan hukum ialah mewujudkan kemaslahatan bagi setiap manusia dengan menjamin segala kebutuhan primer (*dharuriyah*), memenuhi kebutuhan sekunder (*hajiyyah*), dan kebutuhan pelengkap (*tahsiniyah*).

1. *Maslahah Dharuriyah* atau kebutuhan primer adalah sesuatu yang menjadikan pokok (keharusan) kebutuhan manusia untuk menegakkan kemaslahatan mereka. Jika tidak ada, maka rusaklah aturan hidup mereka, tak akan terwujud kemaslahatan dan akan marak kehancuran dan kerusakan yang marak diantara mereka.
2. *Maslahah Hajiyyah* atau kebutuhan skunder adalah kebutuhan manusia untuk mempermudah melapangkan, menanggulangi beban yang ditanggung. Bila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka aturan hidup manusia tidak rusak dan tidak pula ramai kehancuran di antara mereka, tetapi mereka akan mendapat kesusahan dan kesulitan.
3. *Maslahah Tahsiniyah* atau kebutuhan pelengkap adalah kebutuhan yang dituntut oleh harga diri, norma dan tatanan hidup berperilaku lurus. Jika tidak terpenuhi, maka aturan hidup manusia tidak rusak seperti jika kebutuhan primer tidak terpenuhi.

Kebijakan pemerintah yang telah menerapkan program relokasi kepada para pedagang korban musibah kebakaran pasar Johar yang terjadi pada Mei 2015 di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah dengan tujuan untuk memulihkan kembali kondisi ekonomi para pedagang pasca kebakaran yang dimana berdagang merupakan profesi yang menjadi sumber mata pencaharian sehari-hari. Adapun tujuan lain

pemerintah merelokasi pedagang adalah agar proses aktivitas jual beli antara pedagang dengan pembeli bisa kembali berjalan dengan aman dan nyaman, yang sebelumnya pasca kebakaran sebelum di relokasi para pedagang menempati satu ruas jalan di depan pasar yang menimbulkan kemacetan lalu lintas sehingga proses jual beli tidak nyaman dan aman.

Dari hasil penelitian, berikut ini merupakan konsep pemenuhan kebutuhan menurut Syekh Abdul Wahab Khallaf berdasarkan syarat standar pasar dalam Permen No. 20 Tahun 2012 sebagai berikut;

1. *Maslahah Dharuriyah* atau kebutuhan primer

Bahwa dalam pasar tradisional kebutuhan paling penting adalah terdapatnya lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman penduduk/kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki akses atau sarana dan prasarana transportasi sehingga pasar dengan mudah dapat dimasuki oleh pembeli, karena tanpa adanya pembeli pasar tidak akan berkembang dan akan mati. Kemudian selain lokasi perlu adanya bangunan dalam pasar sebagai tempat sarana jual beli serta dapat mempermudah pedagang dalam menyimpan dagangannya sehingga aktivitas jual beli berjalan nyaman tidak terjadi hambatan dalam operasionalnya.

Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi sama-sama memiliki bangunan sebagai tempat atau lahan pekerjaan para pedagang mencari nafkah. Bangunan bagi para pedagang pasar Johar sangatlah penting, karena selain memberi kenyamanan, bangunan juga sebagai tempat penyimpanan barang dagangan yang sebagian besar para pedagang di pasar Johar adalah pedagang besar. Bahwa dapat diketahui pasar Johar merupakan pasar induk yang tidak hanya melayani pedagang dan pembeli dari Semarang, tapi juga mencakup hingga daerah luar Semarang. Bisa dikatakan skala pelayanan pasar ini memiliki tingkat regional Jawa Tengah. Selain dari itu bangunan pasar juga difungsikan sebagai tempat

tinggal oleh para pedagang yang dari luar daerah.⁷ Oleh sebab itu bangunan sangatlah penting bagi pedagang pasar Johar sebelum relokasi maupun sesudah relokasi.

Dalam penentuan lokasi pasar Johar lama sebelum relokasi lokasi nya sangat strategis dekat dengan kegiatan ekonomi masyarakat serta letaknya di tengah kota yang mudah di akses oleh masyarakat dari berbagai penjuru, sehingga salah satu yang menjadi faktor pasar Johar selalu ramai oleh pembeli. Berbeda dengan pasar Johar setelah relokasi, lokasinya yang jauh dari pemukiman masyarakat serta minim transportasi umum yang mengakibatkan pasar sepi, pasar belum bisa berkembang sesuai yang diharapkan, sehingga hal tersebut belum sesuai dengan konsep *dharuriyah*, dimana jika kebutuhan *dharuriyah* ini tidak ada atau tidak terpenuhi maka rusaklah aturan hidup mereka, tak akan terwujud kemaslahatan dan akan marak kehancuran dan kerusakan yang marak diantara mereka. Dalam artian jika lokasi dan tempat berdagang atau bangunan tidak terpenuhi dengan baik, maka pedagang tidak dapat mencapai tujuan utamanya yaitu *falah* (kesuksesan), karena faktor terjadinya *falah* adalah dengan bersungguh-sungguh (berjihad), berjihad dalam hal ini adalah berdagang guna mencari nafkah untuk menjamin kebutuhan hidup keluarga.

2. *Mashlahah Hajiyah* atau kebutuhan skunder

Setelah kebutuhan pokok pedagang terpenuhi/terwujud, maka untuk membantu dalam hal memberi kemudahan bagi pedagang maupun pembeli saat sedang beraktivitas (jual beli) adalah dengan tersedianya fasilitas-fasilitas pendukung pasar. antara lain toilet umum, mushola, tempat pembuangan sampah, kantor pengelola pasar, area parker, area bongkar muat dan lain-lain. Pada pasar lama sebelum relokasi terdapat fasilitas-fasilitas tersebut, akan tetapi mengenai area parkir kondisinya kurang memadai, banyak pengunjung yang memarkirkan kendaraannya dipinggir jalan sehingga menyebabkan kemacetan

⁷ Wawancara dengan pedagang pasar Johar

lalu lintas disekitar pasar johar, dan menghambat bagi pengunjung yang akan berbelanja di pasar. Berbeda dengan pasar Johar sesudah relokasi yang memiliki fasilitas-fasilitas yang baik, terdapat area parkir yang memadai serta terdapat pintu masuk dan keluar pasar. Walaupun tingkat kebutuhannya tidak berada pada tingkat *dharuri* yaitu jika tidak terpenuhi maka kegiatan berdagang tidak rusak, tidak terganggu dan tidak pula ramai kehancuran diantara mereka, tetapi mereka (pedagang) akan mendapat kesusahan dan kesulitan dalam aktivitasnya.

3. *Maslahah Tahsiniyah* atau kebutuhan pelengkap

Kebutuhan *tahsiniyah* perlu dipenuhi dalam rangka memberi kesempurnaan dan keindahan bagi kebutuhan dan aktivitas para pedagang. Pasar Johar sebelum relokasi memiliki bangunan permanen dan semipermanen serta memiliki gaya bangunan yang bagus. Sedangkan kondisi pasar Johar sesudah relokasi yang awal mula hanya berbentuk *loss* yaitu dasaran terbuka yang tidak ada tembok pembatas antara tempat jualan satu dengan yang lain. Oleh sebab itu kondisi tempat jualan sangat sederhana, ukurannya pun lebih kecil dari pasar Johar sebelum relokasi. Sehingga untuk mempercantik dan memperindah agar lebih nyaman, maka mereka (pedagang) berupaya sendiri untuk merenovasi/memperbaiki *loss* tersebut. Kemudian pada umumnya pasar tradisional terkesan kumuh, becek dan tidak teratur. Tetapi hal ini tidak akan terlihat di pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi, karena semuanya tertata dengan baik, bersih dan rapi. Dalam artiannya jika kebutuhan *tahsiniyah* tidak terpenuhi, maka tidak akan mengganggu aktivitas berdagang, seperti jika kebutuhan primer (*dharuri*) tidak terpenuhi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi

- a. Lokasi, pasar Johar sebelum relokasi strategis karena letak pasar berada di pusat kota sehingga transportasinya mudah untuk di akses dan di lokasi tersebut merupakan pusat aktivitas masyarakat di Semarang. Sedangkan lokasi pasar Johar setelah relokasi dikatakan kurang strategis karena jauh dari pemukiman penduduk sehingga pada daerah tersebut sangat minim transportasi umum yang mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Johar menurun bila dibandingkan dengan lokasi terdahulu, ini belum sesuai dengan PerMen No.20 Tahun 2012.
- b. Bangunan dan Tata letak, pasar Johar sebelum dan sesudah memiliki bangunan sesuai dalam PerMen No.20 Tahun 2012, akan tetapi ukuran bangunan antara sebelum dan sesudah relokasi memiliki perbedaan yaitu ukuran pasar Johar setelah relokasi memiliki ukuran yang lebih kecil dari pada sebelum di relokasi. Mengenai tata letak, pasar Johar sebelum relokasi para pededagang berada pada zonasi sesuai dengan jenis barang dagangan. Sedangkan pada pasar Johar sesudah relokasi terdapat beberapa pedagang yang tidak berada berdasarkan zonasi jenis barang dagangan, sehingga banyak dijumpai pedagang bercampur dengan pedagang lain yang berbeda jenis
- c. Mengenai sarana pendukung atau fasilitas-fasilitas penunjang antara pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi memiliki fasilitas yang sama, seperti yang

disebutkan dalam PerMen No. 20 Tahun 2012. Hanya area parkir di pasar Johar sebelum relokasi yang kondisinya kurang memadai.

Dari kondisi tersebut memberikan dampak terhadap kondisi para pedagang. Dimana pendapatan pedagang menurun sesudah pasar Johar di relokasi, sehingga berdampak pula terhadap modal pedagang yang sulit berputar karena barang yang terjual sedikit, sehingga pedagang sulit mengembangkan usaha mereka.

2. Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut:

- a. Dari segi *dharuriyah*, Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi sudah memenuhi konsep *dharuriyah*, karena sama-sama memiliki bangunan sebagai tempat atau lahan pekerjaan para pedagang mencari nafkah. Akan tetapi dalam penentuan lokasi pasar Johar lama sebelum relokasi lokasi nya sangat strategis, berbeda dengan pasar Johar sesudah relokasi yang lokasinya kurang strategis yang berdampak terhadap sepiunya pengunjung pasar, sehingga pasar Johar setelah relokasi dari sisi penentuan lokasi konsep *dharuriyah* nya belum terpenuhi.
- b. Dari segi *hajiyah*, Pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi juga sudah memenuhi konsep *hajiyah*. Akan tetapi, kondisinya berbeda yaitu pada Pasar Johar sebelum relokasi memiliki lahan parkir yang kurang luas, yang mengakibatkan banyak kendaraan pengunjung pasar Johar yang terparkir di trotoar jalan. Hal tersebut menjadi penghambat arus lalu lintas di pasar Johar.
- c. Dari Aspek *Tahsiniah*, mengenai kondisi bangunan pasar Johar sebelum relokasi telah memenuhi konsep tersebut. Sedangkan pasar Johar sesudah relokasi belum memenuhi konsep *Tahsiniah* karena kondisi pasar Johar yang awal mula hanya berbentuk loss yaitu dasaran terbuka yang tidak ada tembok pembatas antara tempat jualan satu dengan yang lain, bangunannya pun sangat sederhana. Sehingga untuk mempercantik dan memperindah agar lebih nyaman, maka mereka (pedagang) berupaya sendiri untuk

merenovasi/memperbaiki lapak tersebut. Akan tetapi dari segi tata letak pasar telah memenuhi konsep *Tahsiniah*, pasar Johar sebelum dan sesudah relokasi sangat rapi. Pada umumnya pasar tradisional terkesan kumuh, becek dan tidak teratur. Tetapi hal ini tidak akan terlihat di pasar Johar sebelum maupun sesudah relokasi, karena semuanya tertata dengan baik, bersih dan rapi.

B. Saran

Saran yang disampaikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah Kota Semarang ke depan dalam kebijakannya mengenai relokasi pasar diharapkan lebih matang lagi dalam pemilihan lokasi. Menyiapkan lokasi yang lebih strategis untuk menampung sementara para pedagang. Agar pedagang tidak menjadi resah karena menurunnya pendapatan.
2. Diharapkan, segera dibangun fasilitas transportasi umum agar pasar dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat luas sehingga pasar menjadi ramai. Jadi alangkah lebih baik jika Pemerintah Kota Semarang lebih meningkatkan lagi upaya terbaik terhadap pemenuhan kebutuhan pedagang yang sifatnya *dharuriyah* yaitu meningkatkan transportasi menuju relokasi pasar Johar supaya meminimalisir atas kerugian terhadap menurunnya omset penjualan yang terjadi saat ini akibat sepi pengunjung, dan agar terwujudlah kesamalahatan bagi para pedagang.
3. Target pembangunan pasar Johar yang selesai pada tahun 2020 diharapkan bisa terealisasi agar para pedagang tidak terus merugi di kawasan relokasi.

C. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala anugerah, kesehatan dan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat gelar sarjana strata satu ekonomi Islam.

Sebagai makhluk Allah yang penuh dengan kekurangan, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, baik yang menyangkut isi maupun bahasa penyampaian. Maka, dengan segenap hati penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kekeliruan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran atas skripsi ini sangat penulis harapkan demi penyempurnaan. Semoga skripsi ini bisa menambah khazanah ilmu penulis dan pembaca sekalian., serta dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer. 112 Tahun 2007 tentang Peraturan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Kolter, Philip. dan Levine Lane Keller. 2008. "*Marketing Management, Thirteenth Edition*" Jilid 1, Terj. Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Wicaksono, Lulud N. et al. "*Perspepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang,*" (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan), *Jurnal Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro*.
- Karim, Adiwarmanto A. 2011. "*Ekonomi Mikro Islam*" edisi ke-4, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Endrawanti, Susilo. Christine Diah Wahyuningsih. 2012. "*Dampak Relokasi Pasar*" (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*.
- Ahmadi, Abu. 2003. "*Ilmu Sosial Dasar*", Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Effendi, Usman. 2016. "*Psikologi Konsumen*", Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bambang Pringgo Digdho, "*Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012*", <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 23 Maret 2018 pkl 02.30 WIB.
- Daryanto. Ismanto Setyobudi. 2014. "*Konsumen dan Pelayanan Prima*". Yogyakarta: Gava Media.
- Rumapea, Tumpal. 2010. "*Kamus Lengkap Perdagangan Internasional*". Jakarta: Gramedia Pustaka Utam.
- Nawawi, Ismai. 2012. "*Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*". Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saraswati, Ria. dan Adi Cilik Perewan. 2016. "*Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Prambanan asca Rlokasi*". (Studi Kasus Pasar Prambanan Di

- Dusun Pelemsari, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta), *Jurnal Pendidikan Sosiologi* Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sofianty, Nila. et al. 2007. “*Wahana IPS; Ilmu Pengetahuan Sosial*”. Yudistira.
- Ahmadi, Abu. 2003. “*Ilmu Sosial Dasar*”. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sudrajad, Anton. Februari 2014. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim*”. (Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon), *Jurnal Sekolah Tinggi Ekonomi Islam al-Ishlah Cirebon*, Vol.8, No.4.
- Badri, Muhammad Arifin. et al. “*Majalah Pengusaha Muslim: Pasar Muslim Potensi dan Karakter*” Edisi 10/2012.
- Heriyanto, Aji Wahyu. Juli 2012. “*Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang*”. (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Simpang Lima dan Jalan Pahlawan Kota Semarang), *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang*, Vol.1, No.2.
- Haming, Murdiing. Mahud Nurnajamuddin. 2004. “*Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa*”. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjafrizal. 2008. “*Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*”.
- Mitrolia, Romi. “*Teori Lokasi Kegiatan Perdagangan*”, <https://dokumen.tips/>, diakses pada 22 Maret 2018 pkl 00.36 WIB
- KBBI.co.id.
- Armi, Aldinur. et al. ”*Dampak Sosoal Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar*”. (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang*, Vol. 04, Nomer. 10.
- Prasetya, M. Aringga. Luluk Fauziah. September 2016. “*Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo*” *Jurnal Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. Vol. 4, No. 2.
- Mokoginta, Syobrian R. et al. 2015. “*Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*” *Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado*.

- Peunebah. “*Dampak Kebijakan Relokasi*”. peunebah.blogspot.co.id, diakses pada 28 januari 2018, pukul 11.09 WIB.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. “*Teori Lokasi*”. Jakarta: FE-UI.
- Setyaningsih, Ayu. Y. Sri Susilowati. 2014. “*Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pasar Satwa*” (Studi Kasus Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta PASTY). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Daryanto. Ismanto Setyobudi. 2014. “*Konsumen dan Pelayanan Prima*”. Yogyakarta: Gava Media.
- Huda, Chairul. 2015. “*Ekonomi Islam*”. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Subandriya. 2016. “*Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kabupaten Jayapura*”. Yogyakarta: Deepublish.
- Yadiati, Winwin. 2007. “*Teori Akuntansi: Suatu Pengantar*”. Jakarta: Kencana.
- Beik, Irfan Syauqi. Laily Dwi Arsyianti. 2016. “*Ekonomi Pembangunan Syariah*”. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Rohman, Auliyaur. Moh. Qudsi Fauzi. Februari 2016. “*Dampak Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kios di Wisata Religi Makam Sunan Drajat Lamongan*”. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Vol.3, No.2.
- Huda, Miftahul. 2007. “*Apek Ekonomi dalam Syariat Islam*”. Mataram: LKBH IAIN Mataram.
- Nawawi, Ismail. Nawawi. “*Ekonomi Islam; Perspektif Teori, Sistem, dan Aspek Hukum*”. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Nasution, Mustafa Edwin. et al. 2006. “*Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*”. Jakarta: Kencana.
- Rozalinda. 2016. “*Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*”. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Pusparini, Martini Dwi. 2015. “*Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari’ah)*.” *Jurnal Islamic Economic Journal* Uniersitas Islam Indonesia Yogyakarta, Vol.1, No.1.

- Almizan. Juli-Desember 2016. “Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. Institu Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Vol. 1, No. 2.
- Yafie, Ali. 1995. “Menggagas Fiqih Sosial; Dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi, Hingga Ukhuwah.” Bandung: Mizan.
- Syarifudin, Amir. 2008. “*Ushul Fiqh Jilid 2*,” Jakarta: Kencana.
- Abdul Wahab. 2003. “*Ilmu Ushul Fikih*.” Terj. Faiz el Muttaqin, Jakarta: Pustaka Amani.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (Rpjpd) Kota Semarang Tahun 2005 – 2025.
- Into, “*Sejarah Pasar Johar Semarang, Pasar Terbesar di Asia Tenggara*”, <http://semarang.kotamini.com>, diakses pada 08 Januari 2018, pukul 14.38 WIB
- Soelaeman, M. Munandar. 2011. “*Ilmu Sosial Dasar; Teori dan Konsep Ilmu Sosial*.” Bandung: PT Refika Aditama.
- “*kajian literatur proptek*” <https://kelompoktujuhbetokan.files.wordpress.com>, diakses pada 11 April 2018, pukul 10.30 WIB
- Afif Noor, “*Perlindungan terhadap Pasar Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern*”, *Jurnal Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang*, Vol. IV, Edisi 2, November 2013.
- Sabirin dan Dini Ayuning Sukimin, “*Islamic Micro Finance Melati: Upaya Penguatan Permodalan bagi Pedagang Pasar Tradisional*”, *Jurnal Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1 2017.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

Lampiran 2:

Dokumentasi Foto



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Penulis:

Nama : Umi Ismiyatun
NIM : 132411125
Jurusan : Ekonomi Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 30 Juli 1995
Alamat Asal : Dsn. Boeh, Ds. Tlogorejo, Rt/Rw.02/01,
Kec. Tegowanu, Kab. Grobogan. (58165)
E-mail : umiismi07@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD N 03 Tlogorejo lulus tahun 2007
2. MTs Nurul Huda Tlogorejo lulus tahun 2010
3. SMK Garuda Nusantara Karangawen lulus tahun 2013

Semarang, 03 Juni 2018

Deklarator

Umi Ismiyatun

132411125