

ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP PARA PEDAGANG

(Studi Kasus Di Pasar Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata S1

Studi Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

UMI HANI

(1805026128)

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) sks
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdri. Umi Hani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami teliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka ini menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Umi Hani
NIM : 1805026128
Jurusan : S1 Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang

Dengan ini kami setuju, dan mohon sekiranya agar segera diujikan.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 25 Juni 2022

Pembimbing I


Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001

Pembimbing II


Fajar Adhitya, S.Pd., MM
NIP. 19891009 201503 1 003



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang
Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Umi Hani
NIM : 1805026128
Jurusan : SI Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada tanggal 29 Juni 2022 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022-2023.

Semarang, 29 Juni 2022

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401 182019032026

Penguji I

H. Dede Rodin, Lc., M.Ag.
NIP. 19720416 200112 1 002

Pembimbing I

Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001



Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001
Penguji II

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II

Fajar Adhitya, S.Pd., MM
NIP. 19891009 201503 1 002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَى
أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اْعْدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa, dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. AL-MAIDAH : 8)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, karunia, dan bantuannya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo (UIN) Semarang
2. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang selalu mengajarkan ilmunya dengan sabar juga ikhlas, serta selalu memberikan bimbingan kepada saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Dr. H. Imam Yahya, M. Ag. dan Bapak Fajar Adhitya, S.Pd., MM yang selalu memberikan arahan serta membimbing saya untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Pimpinan Kantor Pasar Margasari dan para Staff yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian. Hal yang sama juga penulis sampaikan kepada para pedagang yang berada di pasar Margasari yang telah membantu melakukan wawancara dari penulis. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan dari Allah SWT.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Saedun dan Ibu Tomimah yang selalu mencurahkan kasih sayang yang tiada henti-hentinya selalu mendoakan penulis.
6. Kakak-kakak saya, Akhmad Zafani, Neli Faoziyah, M. Dadi Siregar SH, yang selalu memberikan support dan mendoakan saya.
7. Teman-teman seperjuangan kelas EI-D angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan.
8. Sahabat-sahabat saya Devia, Ara, Ayu, Resti, Ade, Vina, Kiranti, Nilam, Sovi, Eugerisha, Ruswanti, olfy, Bangkit yang selalu mensupport dan memberikan dukungan kepada saya supaya segera menyelesaikan skripsi.

DEKLARASI

Penulis dengan penuh tanggung jawab dan integritas, menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengandung materi yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Oleh karena itu, skripsi ini tidak mengandung pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang digunakan oleh penulis sebagai referensi.

Semarang, 25 Juni 2022

Deklarator



Umi Hani

NIM. 1805026128

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena didalam skripsi banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang pada aslinya ditulis menggunakan huruf Arab yang harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan adanya satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = ' (alif)	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ' (ayin)	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ - = a

اِ - = i

اُ - = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (ّ -)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبَّ

E. Kata Sandang (... ال)

Sandang (... ال) ditulis dengan *al*-..... misalnya الصناعة = *al-shina*
'ah. *Al*-ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan
kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة = *al-*
ma'isyah الطبيعية *al-thabi'iyah*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan adanya fenomena yang terjadi di Kecamatan Margasari yaitu relokasi pasar. Relokasi ini dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tegal yang berada di Pasar Margasari. Relokasi merupakan pemindahan dari lokasi lama ke lokasi baru yang sifatnya permanen dan/atau sementara. Relokasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tegal diharapkan dapat memberikan kemaslahatan serta keadilan bagi semua pihak agar terciptanya kesejahteraan ekonomi pedagang di pasar. Realita yang terjadi setelah relokasi Pasar yang berada di Kecamatan Margasari setelah penulis melakukan wawancara di Lapangan kepada para pedagang, banyak yang mengalami penurunan pendapatan.

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 bahwa: a) Lokasi, pasar Margasari setelah direlokasi lokasinya kurang sehingga mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Margasari menurun bila dibandingkan dengan lokasi terdahulu. b) Bangunan dan Tata letak, mengenai tata letak pasar Margasari setelah direlokasi para pedagang berada pada zonasi sesuai dengan jenis barang dagangan, sehingga jumlah konsumen menurun. c) Mengenai sarana pendukung atau fasilitas-fasilitas penunjang antara pasar Margasari sebelum dan sesudah direlokasi memiliki fasilitas yang sama. Hanya saja terdapat banyak area parkir di pasar Margasari setelah direlokasi. Dari kondisi tersebut memberikan dampak terhadap kondisi para pedagang. Dimana pendapatan pedagang menurun sesudah pasar Margasari di relokasi, sehingga berdampak pula terhadap modal pedagang yang sulit berputar karena barang yang terjual sedikit, sehingga pedagang sulit mengembangkan usaha mereka.

Kata Kunci : Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon that occurs in Margasari District, namely market relocation. This relocation was carried out by the government of Tegal Regency which is in the Margasari market. Relocation is a transfer from the old location to a new location which is permanent and/or temporary. The relocation carried out by the Tegal Regency Government is expected to provide benefits and justice for all parties in order to create economic prosperity for traders in the market. The reality that occurred after the relocation of the market in Margasari District after the author conducted interviews in the field with traders, many experienced a decrease in income.

The method used in this research is a descriptive qualitative approach. The type of research used is comparative field research.

The result of the study show that: a) The location of the Margasari market after being relocated is lacking, resulting in a decrease in the number of consumers in the Margasari market compared to the previous location. b) Building and layout, regarding the layout of the Margasari market after being relocated the traders are in a zoning according to the type of merchandise, so that the number of consumers decreases. c) Regarding supporting facilities or supporting facilities between the Margasari market before and after being relocated have the same facilities. It's just that there are many parking areas at the Margasari market after being relocated. Of these conditions have an impact on the condition of the traders. Where the income of traders decreased after the Margasari market was relocated so it had an impact on the mode of traders who were few goods sold, so it was difficult for traders to develop their businesses.

Keywords : *The impact of market relocation on traders*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Semoga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi dengan judul “**Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang**”. Dengan lancar dan tanpa hambatan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan bimbingan, dukungan, motivasi dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag, selaku Kepala jurusan Ekonomi Islam dan Nurudin, SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Imam Yahya, M. Ag selaku dosen pembimbing I dan Fajar Adhitya, S.Pd, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya, untuk memberikan arahan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Singgih Muheramtohad, S.Sos.I, MEI selaku wali dosen yang telah sabar memberikan masukan dan arahan selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya sebagai bekal untuk menyongsong masa depan.

Semua amal baik mereka di catat oleh Allah SWT, dan diberikan ganti yang terbaik oleh Allah SWT, Amin. Penulis menyadari bahwa dalam

menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir harapan peneliti semoga apa yang terkandung di dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 25 Juni 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Umi Hani', with a stylized flourish at the end.

Umi Hani

NIM.1805026128

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. Manfaat dan Tujuan Penelitian	5
D. Tinjauan pustaka	6
E. Metode Survei.....	7
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN TEORI.....	13
A. Pasar	13
B. Lokasi	24
C. Relokasi.....	26
D. Dampak Ekonomi.....	27
E. Pendapatan.....	29
F. Teori Kemaslahatan Umat.....	30
BAB III GAMBARAN UMUM PASAR TRADISIONAL MARGASARI KABUPATEN TEGAL	32
A. Perkembangan dan sejarah Pasar Tradisional Margasari	32
B. Struktur dan Kepemilikan Pasar Tradisional Margasari	35
C. Jumlah Pedagang Pasar Tradisional Margasari.....	37
D. Jalur Distribusi Barang kepada Konsumen di Pasar Tradisional Margasari	39
E. Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Margasari.....	41
BAB IV ANALISIS DATA	43
A. Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang	43

BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Islam adalah agama yang sempurna. Hal ini dikarenakan memiliki cakupan yang komprehensif tentang nilai-nilai, etika dan pedoman hidup. Islam juga merupakan agama yang melengkapi agama-agama sebelumnya dan mengatur semua aspek kehidupan manusia, yang menjadi masalah baik bagi aqidah maupun muamalah. Berkaitan dengan muamalah, Islam mengatur hubungan dengan sesama manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari termasuk tuntunan bagaimana mengelola pasar dan segala bentuk mekanismenya.¹

Muamalah adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak yang satu dengan pihak lain untuk memenuhi kebutuhan dan tata tertib dalam mengatur hubungan antara satu orang dengan orang lain mengenai pertukaran harta. Muamalah adalah bagian dari syariah yang mengatur bidang dalam berbagai kegiatan ekonomi. Mulai dari jual beli hingga investasi saham. Kegiatan muamalah erat kaitannya dengan fitrah manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan manusia lainnya. Ruang lingkup muamalah dibagi menjadi dua kelompok. Pertama, berkaitan dengan sifat transaksi. Hal ini mempengaruhi semua aspek transaksi penting yang dilakukan, segala aspek aktivitas manusia. Kedua, berkaitan dengan bagaimana transaksi terjadi. Hal ini terkait dengan etika berdagang, seperti saling suka dalam berdagang. Semua ini dapat ditemukan di suatu tempat di pasar. Baik pasar tradisional maupun pasar modern.²

Pasar adalah tempat penjual dan pembeli bertemu dan memperdagangkan barang atau jasa. Pasar adalah mekanisme untuk pertukaran barang dan jasa yang telah ada sejak awal peradaban manusia. Dalam Islam pasar sangatlah penting dalam bisnis. Pasar selain dapat diartikan sebagai tempat orang berjual beli juga dimaknai dengan kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin

¹ Ain Rahmi, Mekanisme Pasar Dalam Islam, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4, No 2, hlm. 177

² Endang Sriani, Pengembangan Ekonomi Desa Dalam Islam: Penerapan Sharia Value di Pasar Tradisional, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Volume 8 Nomor 1, hlm. 3

menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa.

Berbagai kebutuhan hidup yang dibutuhkan oleh manusia dalam hidupnya yaitu sandang, pangan, dan papan. Hal itu pasti dapat diperoleh dipasar. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin canggih, pasar tidak hanya tempat bertransaksi antara penjual dan pembeli tetapi pasar juga merupakan salah satu penggerak perekonomian disemua tempat. Selain pasar terus berkembang dimana dapat menjadi penggerak perekonomian juga ada sisi tidak berkembangnya pasar atau mengalami tumbuh pesat karena sekarang banyak munculnya pasar modern. Sehingga antara pasar tradisional dengan pasar modern saling berkompetisi menunjukkan dan mempertahankan eksistensinya masing-masing.

Bila kita bandingkan antara pasar tradisional dan pasar modern bahwa menurut sebagian orang pasar tradisional adalah pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana. Bisa kita lihat kondisi dari segi bangunan pasar tradisional yang terdiri dari kios-kios, los, dan dasaran terbuka. Yang beroperasi dari pagi hingga siang hari bahkan ada yang sampai sore hari, itupun waktu paling lama sehingga setelah itu tidak ada orang yang dapat berjualan kembali dan dilanjut esok harinya. Pasar tradisional ini sebagai tempat untuk berjualan segala kebutuhan pokok hidup manusia seperti sayuran, sembako, ikan, daging dan lain-lain. Apalagi kalau melihat kondisi pasar tradisional ini biasanya tempatnya yang kurang bersih, bau, kotor, becek disaat hujan maupun tidak hujan dan tempat orang berjualan yang kurang teratur dan kurang tertib. Akan tetapi 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 relative 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.³

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. Keberpihakkan 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.⁴

Dalam memberdayakan 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-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.

³ Susilo Endrawanti dan Christine Diah Wahyuningsih, "*Dampak Relokasi Pasar*" (Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*, Tahun 2012.

⁴ Siti Fatimah Nurhayati, "*Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*", (Studi Kasus Pada Pasar Bringharjo Kota Yogyakarta), *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Vol. 18, No. 1, Juni 2014.

Salah satu pasar Tradisional yang paling besar di Kabupaten Tegal adalah pasar Margasari. Pasar Margasari sudah menjadi ikon perekonomian Kabupaten Tegal sejak dulu, perkembangannya memiliki fenomena tersendiri. Pasar Margasari tak hanya melayani pedagang dan pembeli di Margasari saja namun mencakup hingga luar Margasari. Letaknya yang strategis di depan jalan raya Margasari, harganya pun cukup dikenal murah oleh masyarakat sehingga pasar margasari cenderung tidak 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 Margasari itu pun baru terealisasi diakhir tahun 2020.

Sebagai salah satu pasar terbesar dan termodern di Kabupaten Tegal, pasar margasari sangatlah penting bagi masyarakat. Kini pasar Margasari mengalami relokasi untuk menyelamatkan para pedagang agar terus menjalankan roda perekonomiannya terus berjalan, maka para pedagang diberi tempat yang berada di Pasar Kecamatan Margasari.

Dalam rangka mengoptimalkan fungsi pasar pemerintah Kabupaten Tegal 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 Margasari 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.

Sebagai tempat relokasi yang tidak dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti tidak adanya akses transportasi umum menuju relokasi, sehingga hal itu menyebabkan relokasi pasar sepi dan tidak maksimal. Parahnya, akibat kondisi

pengelolaan relokasi yang tidak maksimal itu menyebabkan para pedagang kecil banyak yang gulung tikar alias bangkrut. Relokasi pasar Margasari 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 Margasari, yang bertahan di sana saat ini hanya grosir. Sedangkan pedagang pengecer banyak yang mati atau gulung tikar.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian skripsi dan menerbitkan skripsi yang berjudul **“ANALISIS DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP PARA PEDAGANG (Studi Kasus di Pasar Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal).**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat dikemukakan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam Proposal Skripsi ini. Pokok-pokok permasalahan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang di Pasar Margasari Kabupaten Tegal?

C. Manfaat dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini agar dapat tercapai, antara lain:

1. Untuk Mengetahui Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang di Pasar Margasari Kabupaten Tegal?

Kajian tersebut memberikan beberaoa manfaat yang didapat, antara lain :

1. Bagi penulis, semoga kajian ini dapat menjadi tolak ukur ilmu yang didapat selama perkuliahan dan dapat doterapkan pada permasalahan disekitar kita.
2. Kami berharap hasil penelitian ini akan membantu memastikan pengetahuan orang-orang disekitar kita tentang masalah yang penulis pelajari.

D. Tinjauan pustaka

Agar dapat mengetahui fakta dari penelitian, maka dalam telaah pustaka ini penulis akan menguraikan skripsi yang memiliki persamaan di dalam tema tetapi berbeda dalam permasalahannya. Diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Setyaningsih dan Y. Sri Susilo bahwa dampak positif dan negatif bagi kehidupan sosial pedagang pasar tradisional yaitu bahwa renovasi di sisi lain membawa meningkatkan pendapatan pedagang sedangkan menurut pedagang tentang relokasi ini terbagi menjadi tiga jenis yaitu senang, tidak senang, dan biasa saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Royyan Ramdhani Djayusman, Ahmad Lukman Nugroho Khoirul Umam bahwa strategi untuk mengatur pengembangan pasar ada 4 macam. Pertama, fluktuasi jumlah pedagang harus diikuti oleh infrastruktur tambahan. Kedua, strategi pengembangan bisnis dapat dilakukan melalui dua aspek; aspek material dan aspek non-materi termasuk mengembangkan modal usaha. Aspek non materi termasuk pengembangan literasi bisnis dan kewirausahaan. Ketiga, peran pemerintah daerah dalam mengontrol dan mengelola pasar tradisional sangat penting dalam peraturan daerah untuk mengatur posisi, jarak dan waktu operasional pedagang kaki lima, pasar tradisional dan pasar modern.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Komang Yoli Astini, Putu Indra Christian, A Sodiyo Adi Nugroho bahwa kondisi sosial ekonomi pedagang sebelum dibangunnya jalan terkategori baik, kondisi sosial ekonomi sesudah dibangun jalan shortcut terkategori baik, pada kondisi sosial terkategori sedang, pada kondisi ekonomi dan tentunya ada perbedaan yang signifikan pada kondisi sosial ekonomi pedagang di pasar sebelum dan sesudah dibangun jalan shortcut.

Penelitian yang dilakukan oleh Wita Dwika Listihana dan Afrizal N. tentang omset penjualan dipasar rata-rata telah menurun 36% dan penurunan pendapatan yang diterima rata-rata 31,5%, sehingga di masa pandemi covid 19 para pedagang membangun warung kecil pinggir jalan yang disewakan agar perkembangan para pedagang maju.

Penelitian yang dilakukan oleh Iskandar budiman tentang pedagang kaki lima di kawasan kota menjadi alternatif pekerjaan populer. Kondisi ini bersinergi dengan

program pemerintah yang menata kawasan jajanan tersebut sebagai sentra wisata kuliner dan sangat membantu pedagang untuk meningkatkan pendapatan keluarga, juga telah memberi dampak terhadap meningkatnya pengunjung dan bertambahnya pendapatan dari retribusi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika tentang program revitalisasi pasar membuahkan hasil yang sangat baik kepada para pedagang di Pasar Pohgading, mulai dari pengelolaan pasar menjadi lebih baik juga pendapatan pedagang yang meningkat.

Berdasarkan telaah pustaka diatas, maka akan diketahui kesamaan dalam penelitian. Kesamaannya yaitu pada titik pembahasan pada permasalahan dampak pendapatan pedagang yang menurun. Walaupun ada persamaan tetapi juga ada dasar yang membedakannya. Perbedaan itu terletak pada Masalah pembangunan pasar yang direnovasi menjadi dua pasar juga tidak ditegaskannya aturan dalam pasar oleh UPTD Pasar Margasari yang membuat para pedagang berpindah-pindah tempat. Hal itu yang membuat pendapatan menurun drastis bahkan pedagang di Pasar Margasari ada yang tidak memperoleh pendapatan sehingga membuat pedagang tidak mampu berjualan kembali di Pasar akibat dua faktor yang tersebut.

E. Metode Survei

Metode survey adalah ilmu yang mempelajari cara melakukan pengamatan secara terpadu dengan pemikiran yang benar melalui tahapan-tahapan yang disusun secara ilmiah untuk mencari, mengumpulkan, menganalisis, dan menyimpulkan data. Kembangkan dan uji kebenaran dari beberapa pengetahuan.⁵gunakan metode berikut untuk tugas ini :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Survey lapangan artinya data yang dijadikan acuan dalam survey ini adalah fakta yang ada di lapangan. Dalam hal ini, inti permasalahan menjadi jelas dari fakta masyarakat, pelaku pasar, dan pegawai pasar dengan mengumpulkan

⁵ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, Metodologi Penelitian, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), hlm. 2

informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan berbagai responden.

Kemudian pendekatan penelitian dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yaitu sebuah pendekatan terhadap sesuatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi obyek penyelidikan, yang hasil temuannya berupa uraian-uraian kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman tertentu.⁶

2. Sumber Data

Ada dua sumber data untuk survey ini yaitu data primer dan data sekunder :

- a) Data primer adalah data yang diambil langsung dari sumber pertama , seperti individu atau perorangan.⁷ Wawancara dengan beberapa pihak terkait yaitu para pelaku pasar margasari dan pegawai Pasar Margasari.
- b) Data sekunder termasuk dokumen resmi, buku, hasil penelitian bergaya laporan, dan lain-lain. Sumber sekunder dalam penelitian ini meliputi bahan tertulis mengenai masalah pendapatan yang dihadapi pedagang di pasar Margasari.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan ini menggunakan dua metode untuk mendapatkan data yang valid :

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara pewawancara yang bertanggung jawab atas suatu pertanyaan dan responden untuk tujuan tertentu (yang diwawancarai). Ini memberikan jawaban atas pertanyaan tentang pertanyaan ini.⁸

⁶ Sonny Leksono, *"Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi: Dari Metodologi Ke Metode"*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013, hlm. 181.

⁷ Amiruddin & Zaenal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 30

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 186

Dalam melakukan wawancara, penulis mewawancarai staff Pasar Margasari dan pedagang Pasar Margasari. Responden dipilih secara acak karena dampak relokasi pasar Margasari akan berdampak signifikan terhadap pedagang di pasar Margasari.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe wawancara tidak terstruktur untuk memberikan kesempatan kepada peneliti untuk membuat pertanyaan penelitian dalam wawancara tidak terstruktur. Disebut wawancara tidak terstruktur, tapi bukan berarti dialog yang ada di luar konteks. Oleh karena itu, peneliti yang menggunakan jenis wawancara ini harus mempertimbangkannya. Penelitian sejak awal harus memiliki fokus pembicaraan yang ingin ditanyakan sehingga seluruh wawancara yang dilakukan diarahkan pada fokus yang telah ditentukan.⁹

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data berupa metode dokumentasi yaitu salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau oleh orang lain tentang subyek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subyek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subyek yang bersangkutan.¹⁰

Data-data dalam penelitian kualitatif pada umumnya diperoleh dari sumber manusia atau melalui observasi dan wawancara. Ada juga sumber informasi non-manusia seperti dokumen, foto, dan statistik. Dokumen seperti buku harian, surat, kisah hidup dan biografi.¹¹

4. Analisis Data

⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 107-108

¹⁰ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), h. 143

¹¹ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: AR-Ruzz MEDIA, 2017), hlm. 200

Analisis data adalah metode yang digunakan untuk menganalisis, mempelajari, dan mengolah data untuk menarik kesimpulan yang logis. Dalam penelitian kualitatif merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus dalam proses penelitian yang dilakukan mulai dari pengumpulan data hingga penulisan laporan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan dan analisis data bukanlah hal yang terpisah seperti yang sering dilakukan dalam penelitian kualitatif. Artinya pengumpulan dan analisis data dilakukan secara bersamaan.¹²

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi empat isi yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan.

a. Pengumpulan data

1) Metode penelitian kepustakaan

Data kepustakaan yang diperoleh melalui studi kepustakaan dari undang-undang, buku, dokumen resmi, publikasi, dan temuan penelitian.

2) Metode penelitian lapangan

Data lapangan yang diperlukan sebagai data pendukung diperoleh dari informasi yang diberikan oleh penulis yaitu pelaksanaan wawancara, pendapat responden ditentukan dengan *sampling* yang tepat, alasan (sebagaimana ditentukan oleh peneliti atas pertimbangan sendiri) dan atau oleh *random sampling* (yang ditemukan secara acak oleh peneliti). Dan data pendukung sebagai dokumen.¹³

b. Reduksi Data

Reduksi data didefinisikan sebagai proses pemilihan, pemusatan dan penyederhanaan, abstraksi, transformasi data yang muncul dan catatan yang tertulis di lapangan. Reduksi data ini dimaksudkan untuk

¹² Afrizal, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 176

¹³ Zainuddin Ali, hlm. 107

memperhalus, mengklasifikasi, mengorientasikan, menghilangkan data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat lebih mudah ditarik dan diverifikasi.

Dari data yang dikumpulkan oleh penulis yaitu wawancara dengan subyek penelitian serta dokumen dan data kepustakaan yang terkumpul akan dipilih oleh peneliti. Selain itu, juga merangkum analisis dampak relokasi pasar terhadap para pedagang dan menghilangkan bagian-bagian yang tidak perlu untuk membuat citra sasaran objek penelitian dibandingkan dengan presentasi data.

c. Penyajian Data

Penyajian data terbatas pada sekumpulan informasi yang terstruktur dan memberikan kemampuan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data ini cenderung menghasilkan penyederhanaan data yang kompleks menjadi satu kesatuan yang utuh, sederhana, selektif dan mudah dipahami.¹⁴

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyusun informasi analisis dampak relokasi pasar terhadap para pedagang di Pasar Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal.

d. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk menemukan dan memahami makna, keteraturan pola penjasar, jalur sebab akibat, atau proposisi. Penarikan kesimpulan juga merupakan langkah terakhir dalam penulisan laporan. Kesimpulan yang ditarik diverifikasi dengan meninjau catatan lapangan untuk pemahaman yang lebih akurat. Hal ini dilakukan sedemikian rupa agar data yang diperoleh dan diinterpretasikan valid sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi pasti.¹⁵

¹⁴ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. (Jakarta:Kencana, 2007), hlm. 149

¹⁵ Ibid, hlm. 149

F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang mudah dipahami, penulis terlebih dahulu menjelaskan sistem gambaran sebelum memasukkan materi yang relevan, yaitu :

Bab pertama adalah Pendahuluan. Dalam bab ini, penulis memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Bab ini berisi informasi tentang landasan teori dari pokok pembahasan, sebagaimana termuat dalam judul skripsi.

Bab ketiga, merupakan pembahasan yang menguraikan tentang lokasi penelitian. Pembahasan meliputi gambaran pasar di Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal, kepemilikan pasar dan struktur organisasi pasar di Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal, jumlah pedagang usaha di Pasar Margasari, Distribusi Barang kepada Konsumen di Pasar Margasari dan Sarana dan Prasarana di Pasar Margasari.

Bab keempat, bab ini akan menjelaskan analisis penulis terhadap data yang disajikan pada bab sebelumnya. Termasuk analisis tinjauan pustaka yang ditemukan oleh peneliti di lapangan.

Bab kelima merupakan bab terakhir (kesimpulan) yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar merupakan suatu daerah dimana pembeli dan penjual saling berhubungan satu sama lainnya, untuk melakukan pertukaran barang maupun jasa pada waktu-waktu tertentu¹⁶. Atau pasar adalah tempat terjadinya transaksi berdagang dengan pihak-pihak yang bersaing. Sangat penting bagi masyarakat, investor dan pemerintah menjadi begitu penting untuk dipahami apalagi jika dilihat dari perspektif aktivitas pasar yang selalu berubah¹⁷. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat dimana mereka membeli dan menjual barang dengan banyak penjual dan disebut mall, pasar tradisional, toko dan lainnya. Dalam terbentuknya pasar, ada 4 poin kunci yang menjadi ciri munculnya pasar yang menonjol, yaitu :

- a. Ada penjual dan pembeli
- b. Mereka bertemu di tempat tertentu
- c. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli
- d. Penjual dan pembeli kedudukannya sederajat

Dalam Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dikuasai oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah serta perdagangan berupa swasta dan pertokoan. Selain itu, pasar tradisional dapat berada pada sistem jaringan jalan manapun, termasuk sistem jaringan jalan local atau jalan lingkungan dalam kota atau kabupaten,

¹⁶ Mairna, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prakacita, 2007), hlm. 302

¹⁷ Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 183

atau kawasan pelayanan local atau lingkungan (apartemen) dalam kota atau kabupaten.¹⁸

Pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual barang atau jasa. Sebagai kelompok, pembeli menentukan permintaan barang, dan sebagai kelompok terpisah, penjual menentukan jumlah yang ditawarkan.

Pasar merupakan tempat bertemunya penawaran dan permintaan, menghubungkan penjual dan pembeli. Melalui interaksi penjual dan pembeli, pasar menentukan tingkat harga komoditi dan jumlah komoditi yang diperdagangkan.¹⁹

Istilah pasar memiliki banyak arti. Beberapa mendefinisikannya sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli dimana barang dan jasa disiapkan untuk dijual dan kepemilikan dialihkan. Definisi lain adalah bahwa pasar adalah permintaan barang atau jasa oleh sekelompok pembeli²⁰.

Pasar pertama kali digunakan untuk menunjukkan dimana barang-barang diperdagangkan. Saat ini, pasar dapat digambarkan sepenuhnya sebagai tempat bagi pembeli dan penjual untuk berdagang dalam pertukaran barang yang dijelaskan secara transparan.²¹

Sebelum pasar menunjuk ke lokasi geografis, tetapi komunikasi modern telah memungkinkan pembeli dan penjual untuk berdagang tanpa bertemu, dan tidak ada batasan geografis di pasar²².

Pasar terdiri dari semua konsumen atau pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu dan bersedia memenuhi imbalannya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.²³

¹⁸ Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007

¹⁹ Sugiato, *Korespondensi Bisnis*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2002), hlm. 35

²⁰ Fandy Tiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), hlm. 59

²¹ Richard G. Lipsey dan Petter O. Steiner, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), hlm. 100

²² Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 141

²³ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.98

Dalam pengertian ini, ada tiga faktor utama yang mendukung munculnya pasar :

- a. Konsumen.
- b. Daya beli konsumen.
- c. Perilaku konsumen.²⁴

Dari pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli barang dan jual beli untuk memenuhi kebutuhannya.

Islam sebagai agama Allah mengatur kehidupan manusia dalam bentuk kehidupan didunia maupun diakhirat. Ekonomi adalah bagian dari kehidupan manusia. Islam mendorong orang-orang itu untuk bekerja. Hal ini memerlukan jaminan Allah bahwa dia telah mengatur makanan untuk semua makhluk yang telah dia ciptakan. Islam juga melarang orang beriman untuk meminta-minta, sehingga seseorang dapat memenuhi kebutuhannya dan menikmati kesejahteraan hidup dan dekorasi dunia. Agar pekerjaan menjadi ibadah, pekerjaan yang dilakukan harus legal. Tentunya dalam pandangan Islam agar harta yang didapatkan dari bekerja tersebut menjadi kepemilikan yang sah.²⁵

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa manusia bekerja sesuai dengan syariah Islam dan dilarang untuk meminta-minta dan mengemis sebagaimana Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-Jumu'ah : 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : *“Apabila telah kalian tunaikan sholat, maka bertebaranlah kalian dimuka bumi ini, dan carilah rezeki (karunia Allah, dan ingatlah Allah)*

²⁴ M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 120

²⁵ Prof. Dr. Muhammad Mutawali as-Syarawi, *Jiwa dan Semangat Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1992), hlm. 36-38

dengan ingatan (sebanyak-banyaknya supaya kalian beruntung) yakni memperoleh keberuntungan”

Banyak bentuk pekerjaan yang halal dan haram untuk manusia, akan tetapi perdaganganlah yang dapat memakmurkan dan mensejahterakan kehidupan masyarakat. Karena Rasulullah adalah seorang pedagang yang dilakukan beliau dalam menjadi seorang pebisnis melakukan sikap kejujuran.²⁶

Berbagai transaksi, aktivitas atau institusi ekonomi diciptakan dalam rangka memudahkan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan masing-masing orang dengan tidak melanggar kepentingan orang lain. Karenanya secara alami akan terus bermunculan berbagai transaksi baru seiring dengan kompleksitas kebutuhan manusia yang terus berkembang. Dalam fiqh muamalah, hukum asal berakad itu diperbolehkan sepanjang tidak ada Syar' yang melarangnya atau tidak bertentangan dengan prinsip kebolehan berakad menurut Syar. Manusia diberi kebebasan berkontrak untuk mewujudkan kemaslahatan. Bidang muamalah memang berbeda dengan bidang ibadah. Kalau dalam ibadah harus ada nash yang memerintahkannya dan tidak boleh beribadah tanpa adanya nash, maka dalam muamalah sepanjang tidak ada nash yang melarangnya hukumnya boleh.

Berdagang merupakan pekerjaan yang harus ditujukan untuk beribadah kepada Allah, dan wadah untuk berbuat baik pada sesama.

Perekonomian pasar merupakan hasil yang diperoleh dari dan ditentukan oleh penjualan produksi dan tingkat pembelian konsumen rumah tangga atas informasi pasar. Kehidupan sosial termasuk ekonomi secara otomatis sudah diatur oleh pasar karena mencapai kepentingan pribadi dan masyarakat secara keseluruhan. Berdagang merupakan sebagai wadah untuk

²⁶ P3EI UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 302

berbuat baik pada sesame dan diniati untuk selalu beribadah kepada Allah Swt.²⁷.

2. Pembagian Pasar

Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh asumsi bahwa pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk berinteraksi satu sama lain. Namun, penjelasan ini tidak sepenuhnya benar, karena internet dan email berkembang seiring kemajuan teknologi. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, tetapi berada di lokasi yang berbeda atau berjauhan. Artinya dalam pembentukan pasar hanya penjual, pembeli dan komoditi yang diperdagangkan dan terdapat kesepakatan antara penjuak dan pembeli. Pasar dibagi menjadi 3 kategori yaitu pasar tradisional, pasar modern, dan pasar semi tradisional modern²⁸.

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang menampilkan transaksi langsung dan biasanya merupakan proses negoisasi. Bangunan pasar biasanya terdiri dari lapak atau gerai, los, dan ruang terbuka yang disediakan oleh pedagang atau pengelola pasar. Pasar ini terutama menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, kain, pakaian, produk dan jasa elektronik. Ada juga orang yang menjual kue.

Barang yang dijual di pasar tradisional biasanya barang local dan tidak ada klasifikasi kualitas yang ketat. Kuantitas barang dagangan yang ditawarkan tidak terlalu banyak, sehingga jika barang yang dicari tidak ditentukan di satu kios, pembeli dapat mencarinya di kios lain.

²⁷ Diyah Ayu Riska, Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mejayan Baru Kabupaten Madiun), *Skripsi* (Pasar Mejayan, (Madiun, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), hlm. 27-28

²⁸ Mairna, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prakacita, 2007), hlm. 302

Rantai distribusi pada pasar tradisional terdiri dari produsen, distributor, subdistributor, pengecer, dan konsumen²⁹.

Upaya yang diperlukan untuk mencegah pasar tradisional mati adalah dengan mengoperasikan mall-mall yang ada (toko modern) sehingga tidak saling mengecualikan. Pasar tradisional dan modern harus mampu menciptakan simbiosis komensalisme, efek sinergis untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Diantaranya pengadaan barang dagangan, permodalan, pengelolaan perdagangan, pengelolaan pasar, dan upaya mengadakan event-event tertentu yang dapat menarik minat pengunjung untuk berbelanja di pasar tradisional.

b. Pasar Modern

Pasar modern memiliki arti yang sama dengan pasar tradisional. Namun, pada jenis pasar ini, penjual dan pembeli tidak berdagang secara langsung, tetapi pembeli memiliki harga yang tertera pada (barcode), berada di dalam gedung, dan pelayanan dilakukan secara mandiri (swalayan).³⁰ Selain bahan makanan seperti buah-buahan, sayuran dan daging, produk yang dijual terutama produk tahan lama seperti sabun, gula, beras, minyak, pakaian dan parfum.

Pasar modern sangat bertolak belakang dengan pasar tradisional yang sama dengan lingkungan yang kotor. Oleh karena itu, saat ini masyarakat cenderung memilih pasar modern sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Contoh pasar modern seperti supermarket, indomaret, dan minimarket³¹.

c. Pasar Semi Tradisional Modern

Pasar semi tradisional modern adalah pasar yang mengalami peralihan dari pasar tradisional ke pasar modern. Bentuk fisik

²⁹ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm.62

³⁰ Ibid., hlm. 76

³¹ Prathama Raharja dan Mandala Manarung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2004), hlm. 10

bangunannya ceper dan tertata rapi diantara kios-kios dan pengelolaan pasar yang tertata. Sehingga dapat dimaknai modern. Namun, jenis pasar ini biasanya ditandai dengan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli yang melibatkan proses negoisasi. Produk yang dijual mulai dari makanan pokok, buah-buahan dan fashion hingga barang-barang sehari-hari yang tahan lama seperti gula, garam, dan sabun.

3. Segi Jenis Dagangan Pasar

Terdapat beberapa macam dagangan di pasar, diantaranya:

- a. Pasar ikan.
- b. Pasar sayuran
- c. Pasar buah-buahan.
- d. Pasar barang perhiasan.
- e. Pasar bahan bangunan.
- f. Pasar barang elektronik.
- g. Bursa efek, saham dan komoditi.

Aktifitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Kedua subyek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang di pasar³².

4. Pasar Menurut Jenisnya

- a. Pasar Konsumsi

Dalam hal ini misalnya menjual beras, sandal, lukisan untuk keperluan konsumsi.

- b. Pasar Faktor Produksi

Pasar faktor produksi menjual barang-barang untuk keperluan produksi.

Misalnya menjual mesin-mesin untuk memproduksi, lahan untuk pabrik.

5. Pasar Menurut Luas Jangkauan

- a. Pasar Daerah

³² Eko Supayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2008), hlm. 205

Pasar daerah menjual dan membeli produk dalam satu daerah produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar daerah melayani permintaan dan penawaran dalam satu daerah.

b. Pasar Lokal

Pasar lokal membeli dan menjual produk dalam satu kota tempat produk itu dihasilkan. Bisa juga dikatakan pasar lokal melayani permintaan dan penawaran dalam satu kota.

c. Pasar Nasional

Pasar nasional membeli dan menjual produk dalam suatu negara tempat produk itu dihasilkan. Dapat dikatakan bahwa pasar domestik sesuai dengan permintaan dan penjualan domestik.

d. Pasar internasional

Pasar internasional membeli dan menjual produk dari beberapa negara. Dapat dikatakan bahwa jangkauannya tersebar di seluruh dunia.³³

Tidak ada yang dapat mempengaruhi pasar dikarenakan dalam Islam terdapat ketentuan bahwa pasar adalah hukum alam, dimana penjual menjual barang dagangan secara wajar, tidak mengambil keuntungan yang besar. Jika bertransaksi mereka melakukan secara tertulis dan pembeli mendapat dan menerima barang yang baik. Hal ini pasar akan selalu tetap stabil ekonominya.

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)

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

³³ Kuncoro, *Pengantar Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: UPP, 1994), hlm. 68

3) Pelanggan

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.³⁴ Adapun dalam pengertian lain pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus.³⁵

4) Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.³⁶ Pedagang adalah orang yang bekerja menjual barang untuk memperoleh keuntungan.³⁷

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

³⁴ Bambang Pringgo Digdho, "Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012", <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 01 September 2022 pk1 10.00 WIB.

³⁵ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, "Konsumen dan Pelayanan Prima", Yogyakarta: Gava Media, 2014, hlm. 49.

³⁶ Ria Saraswati dan Adi Cilik Perewan, "Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Prambanan Pasca Relokasi", (Studi Kasus Pasar Prambanan Di Dusun Pelemsari, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta), Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

³⁷ Nila Sofianty, et al, "Wahana IPS: Ilmu Pengetahuan Sosial", Yudistira, 2007. Hlm. 9.

terakhir untuk keperluan rumah tangga. Pedagang ini membeli barang-barang kepada pedagang besar.³⁸

- 2) Dalam sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungan ekonomi keluarga, sebagai berikut:
 - a) Pedagang professional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
 - b) Pedagang semi professional 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.
 - d) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.³⁹

7. Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012, adalah sebagai berikut :⁴⁰

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

³⁸ Abu Ahmadi, *"Ilmu Sosial Dasar"*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003, hlm. 320.

³⁹Bambang Pringgo Digdho, *"Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012"*, <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 01 September 2022 pkl 10.00 WIB.

⁴⁰ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012

- 4) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal
- b. Perencanaan fisik pasar tradisional
- 1) Penentuan Lokasi
 - a) Mengacu pada RT RW 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) Bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu
 - b) Petak atau blok dengan akses jalan pengunjung ke segala arah
 - c) Pencahayaan dari sirkulasi udara yang cukup
 - d) Penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan.
 - 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 sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah, dan tempat ibadah tidak asal saja atau acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.⁴¹

Lokasi merupakan salah satu faktor 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 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, Zona perdagangan bebas, Blok perdagangan, Keamanan, Aturan lingkungan, Penerimaan masyarakat lokal, Keunggulan bersaing.⁴²

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

⁴¹ Aji 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.

⁴² Murdiing Haming dan Mahud Nurnajamuddin, "Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa", Jakarta: Bumi Aksara, 2014, hlm. 199-224.

mempengaruhi perkembangan bisnis yang pada gilirannya akan dapat pula mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah.⁴³

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.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi serta pelestrian. 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 generatif, 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

⁴³ Syafrizal, "Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi", 2008, hlm. 19-21

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 tidak untuk kebutuhan standar sehari-hari seperti bahan makanan, para konsumen cenderung masih mempertimbangkan jarak yang dekat kalau terdapat fasilitas yang memadai.⁴⁴

C. Relokasi

Relokasi adalah membangun kembali tempat yang baru, harta kekayaan, termasuk tanah produktif dan prasarana umum di lokasi atau lahan lain. Secara harfiah relokasi adalah penataan ulang dengan tempat yang baru atau pemindahan dari tempat lama ke tempat yang baru. 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 direlokasi. 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.⁴⁵

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

⁴⁴ Romi Mitrolia, "Teori Lokasi Kegiatan Perdagangan", <https://dokumen.tips>, diakses pada 01 September 2022 pkl 18.00 WIB

⁴⁵ Aldinur Armi, et al, "Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar", (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang, Vol. 04, Nomor. 10.

lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan dan pemulihan pendapatan bersih.⁴⁶

Relokasi merupakan salah satu kegiatan dalam kebijakan pemerintah yang mencakup bidang perencanaan tata ruang, peningkatan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lain-lain. Sehingga pemerintah khususnya pemerintah daerah memiliki hak melakukan relokasi pada sektor-sektor yang dikuasai pemerintah daerah termasuk fasilitas umum seperti pasar.⁴⁷

Permasalahan umum pada implementasi kebijakan relokasi pasar yaitu kurang efektifnya tempat relokasi yang biasanya telah disiapkan oleh pemerintah seringkali dinilai kurang strategis oleh para pedagang sehingga berdampak pada penurunan pendapatan. Fenomena relokasi pasar Margasari ini sangat menarik perhatian peneliti karena kebijakan yang dilakukan pemerintah Kabupaten Tegal ini menimbulkan banyak pro dan kontra, bahkan beberapa pedagang melakukan penolakan walaupun akhirnya relokasi tetap berjalan. Pasar Margasari merupakan pasar sentral ekonomi terbesar di Kabupaten Tegal yang terdapat ribuan pedagang didalamnya dan kemungkinan besar akan dapat dijadikan acuan atau bahan pertimbangan kebijakan relokasi pasar lain di masa yang akan datang, baik relokasi sementara maupun relokasi permanen.

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. Kompetisi ini menekankan pada keinginan untuk mempengaruhi atau menimbulkan dampak pada orang lain.

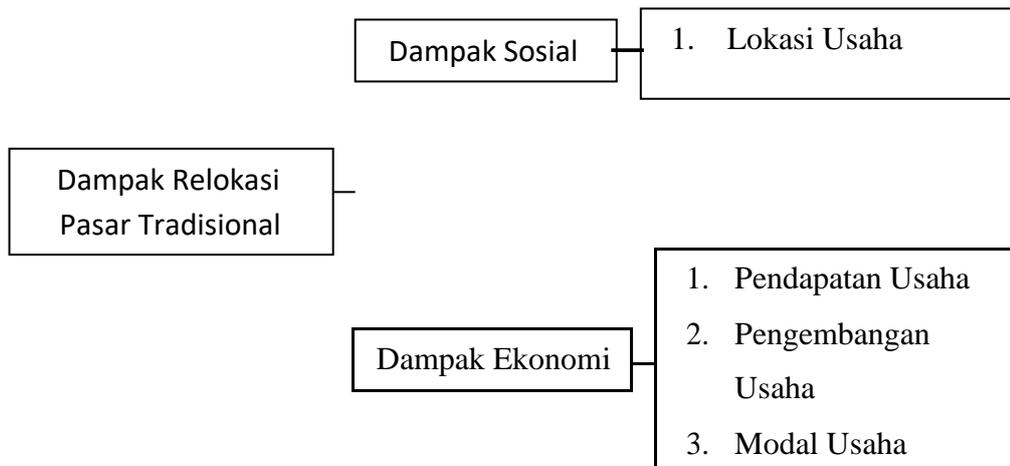
⁴⁶M. Aringga Prasetya dan Luluk Fauziah, "Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo" Jurnal Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol. 4, No. 2, September 2016

⁴⁷Aldinur Armi, et al, "Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar", (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang, Vol. 04, Nomor. 10.

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.⁴⁸

Dampak ekonomi adalah perubahan yang terjadi akibat suatu penyelenggaraan kegiatan pembangunan terhadap perekonomian. Menurut Djojodipuro yang membahas mengenai dampak sosial ekonomi merupakan perubahan yang terjadi pada masyarakat yang diakibatkan adanya aktivitas pembangunan yang berpengaruh terhadap perubahan pendapatan, kesempatan berusaha, dan penyerapan tenaga kerja.⁴⁹

Gambar 2.1
Dampak sosial ekonomi relokasi pedagang pasar Margasari di
Kecamatan Margasari Kabupaten Tegal



Dampak sosial relokasi pasar Margasari dari segi kenyamanan yaitu pedagang lebih merasa nyaman karena pasar telah disediakan tempat yang luas dan bersih. Dalam segi keamanan masih belum sepenuhnya terjaga dana man. Dalam segi kebersihan masih terlihat kumuh karena kebersihan tidak dijalankan setiap harinya.

⁴⁸Peuneh, "*Dampak Kebijakan Relokasi*", peuneh.blogspot.co.id, diakses pada 28 agustus 2022, pukul 13.00 WIB.

⁴⁹ Marsudi Djojodipuro, "*Teori Lokasi*", Jakarta: FE-UI, 1992, hlm. 194.

Sedangkan dampak ekonomi dalam relokasi ini adalah dari segi pendapatan mayoritas menurun.

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. 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.⁵⁰ Bahwa hasil dari suatu kegiatan atau proses produksi sering dinilai dengan uang, dan hasil yang berupa uang tersebutlah yang dinamakan pendapatan atau penghasilan.⁵¹

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.

Pendapatan (return) yang diterima seseorang sangat bergantung pada usaha yang dilakukannya (QS. \$: 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.⁵²

Menurut Auliyaur dan Qudsi dalam penelitiannya bahwa dalam Islam sendiri pendapatan dipandang sebagai bagian dari pemberian rezeki yang didapatkan dengan

⁵⁰ Chairul Huda, *Ekonomi Islam*, Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015, hlm. 63.

⁵¹ Subandriya, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kabupaten Jayapura*, Yogyakarta: Deepublish, 2016, hlm. 53-54.

⁵² Irfan Syauqi Beik, dan Laily Dwi Arsyianti, "*Ekonomi Pembangunan Syariah*", Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016, hlm. 38.

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.⁵³

F. Teori Kemaslahatan Umat

Secara etimologi (Bahasa),”*maslahah*” berasal dari kata “sholaha-yashluhu-sholaahan” yang berarti sesuatu yang baik, patut, dan bermanfaat. Secara istilah *maslahah* berarti sesuatu yang mendatangkan kepada kebaikan, keselamatan, kefaedahan, kegunaan, dan manfaat bagi manusia. Ulama ushul memberikan pengertian yang berbeda-beda tentang istilah dari *mashlahah*, tetapi memiliki arah dan tujuan yang sama. Misalnya al-Ghazali dalam kitabnya *al-Mustashfa* memberikan definisi tentang *mashlahah* merupakan segala tindakan yang mendatangkan kebaikan atau kegunaan dan menolak segala sesuatu yang menyebabkan kerusakan. Namun menurut Al-Ghazali bukan itu yang beliau maksud, karena sesungguhnya mendatangkan kebaikan dan menolak kerusakan itu adalah tujuan makhluk, dan kemaslahatan makhluk hanya terlewat pada tercapainya tujuan mereka (Haetami, 2015).

Untuk mengetahui derajat kemaslahatan, salah satunya dapat diukur dari aspek tujuan akhir yang muncul sebagai akibat yang akan ditimbulkannya. Hal ini penting diketahui oleh setiap orang, kerana seringkali terjadi kekeliruan dalam menilainya. Terkadang apa yang dianggapnya sebuah *mashlahah* justru itu adalah *mafsadah*. Oleh karena itu, yang menjadi ukuran untuk membedakan antara keduanya, antara lain dapat dilihat dari segi apakah akibat yang ditimbulkannya itu baik apa buruk. Apabila suatu perbuatan tersebut menghasilkan suatu kebaikan, maka ia adalah *mashlahah*, sebaliknya jika yang dihasilkan itu suatu keburukan, maka ia adalah *mafsadah* (Haetami, 2015).

⁵³ Auliyaur 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.

Pada permasalahan yang sama, M. Umer Chapra dalam (Inayati, 2013) menjelaskan mengenai aktualisasi konsep *falah* dan *hayatan thoyyibatan* yang merupakan inti dari tantangan ekonomi bagi negara-negara muslim. Kedua konsep ini merupakan ajaran islam yang hendaknya diterapkan dalam kehidupan muslim untuk mewujudkan kebahagiaan dunia akhirat. Hal ini menuntut peningkatan moral, persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi, dengan pemanfaatan sumber daya yang langka untuk mengentaskan kemiskinan, memenuhi kebutuhan dan meminimalkan kesenjangan pendapatan dan kekayaan.

Kemaslahatan umat merupakan tujuan utama yang harus diprioritaskan dalam mengambil sebuah kebijakan atau keputusan bersama. Ibnu Qayyim menggariskan asas kepercayaan Islam bahwa setiap manusia bertanggungjawab atas perbuatannya untuk membimbing dirinya sendiri, dan Allah SWT merupakan sumber yang menjadi pedoman serta petunjuk untuk menuju jalan yang benar. Dalam ekonomi, manusia ekonomi (*homo economicus*) digambarkan sebagai manusia yang sifat, gelagat dan tindakannya mementingkan diri sendiri, tamak, dan menjadikan keuntungan sebagai asas penting dalam semua jenis aktifitas ekonomi. Oleh karena itu, keadilan merupakan teras semua aspek dalam kehidupan. Menurut Ibnu Qayyim, keadilan adalah objektif syariah yang di dalamnya mengandung keadilan, keberkatan dan kebijaksanaan. Maka, setiap persoalan yang berdasarkan dengan keadilan akan menghasilkan keberkatan dan kebajikan (Ningsih, 2013).

BAB III
GAMBARAN UMUM
PASAR TRADISIONAL MARGASARI KABUPATEN TEGAL

A. Perkembangan dan sejarah Pasar Tradisional Margasari

Pasar Margasari merupakan pasar yang berada di kecamatan Margasari, Kabupaten Tegal. Pasar margasari ini sempat mengalami beberapa kali gagal lelang karena belum adanya pelaksana yang memenuhi kualifikasi. Namun pada tahun 2019 pasar margasari telah menemui titik terang. Yaitu dengan telah terpulihnya pelaksana berdasarkan hasil lelang. Pasar yang dibangun karena adanya relokasi pasar lama yang sudah tidak layak untuk dipakai lagi yang terletak di tengah-tengah Kecamatan Margasari.

Pada tahun 2020 akhirnya diresmikan oleh Bupati Tegal Umi Azizah sebagai pasar tradisional Margasari. Usai meresmikan, Bupati Umi berkeliling meninjau secara keseluruhan bangunan pasar. Mulai dari bagian depan, tengah hingga belakang tempat lemprakan pedagang. Dengan wajah pasar Margasari yang baru ini, Umi berharap para pedagang dapat kembali berjualan.

Pasar tradisional Margasari sudah ada setelah berproses pada tahun 1977 dan sudah berjalan baik sampai sekarang dengan terjadi adanya relokasi pasar. Dengan luas tanah sekitar 7250 m². Pada masa awal beroperasi, sejumlah penjual yang ada di pasar ini sudah sangat baik sekali yaitu para pedagang telah menggunakan kios dan los. Walaupun masih ada yang berdagang dengan lesehan atau dasaran terbuka yang jumlahnya sedikit. Sebagian besar sudah menggunakan bangunan yang tetap.

Kebijakan ini dibuat karena pasar Margasari lama sudah tidak layak untuk aktivitas pasar dan mengingat banyak pedagang di pasar Margasari lama yang berada di Jl. Margasari sebagai berikut :

1. Pedagang banyak yang mengeluh karena kondisi pasar kumuh, kotor dan bocor.

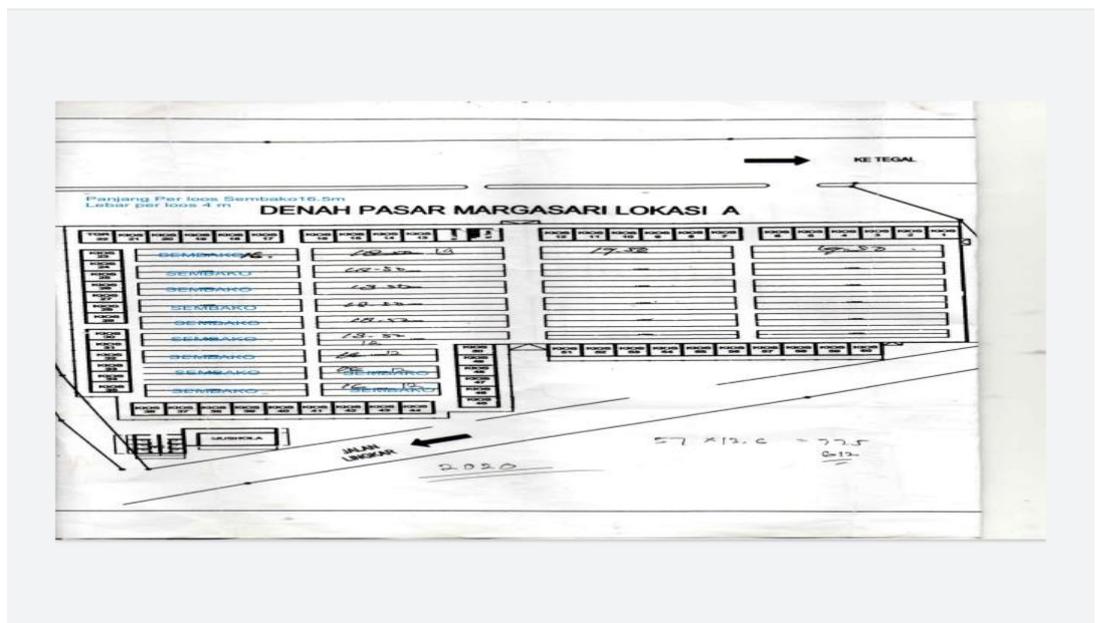
2. Tidak tertata lokasi dagang, membuat para konsumen kesulitan dalam memperoleh barang yang dibutuhkan.
3. Kondisi tempat dagang yang tidak tertata dengan baik, membuat para pedagang tidak membuang sisa dagangan ke tempat yang telah disediakan petugas kebersihan, hal ini menimbulkan aroma tidak sedap.

Para pedagang pasar tradisional Margasari banyak yang berasal dari kelurahan-kelurahan yang berada di kecamatan Margasari, bahkan ada yang dari luar kota. Pasar tradisional margasari secara administratif terletak dikelurahan Margasari yang berada disebelah barat kota Tegal. Pasar letaknya dipinggir jalan besar tepat di sebelah selatan jalan besar, yang jaraknya sangat jauh dari kantor kecamatan Margasari.

Para pedagang yang ada dipasar biasanya memperdagangkan bahan-bahan dari hasil usaha sendiri seperti pertanian, hasil nelayan dan juga hasil peternakan. Pasar tradisional atau lebih dikenal dengan sebutan pasar rakyat, saat itu tidak tertata rapi akibat banyak pedagang yang berjualan di luar area pasar, jalan raya sehingga mengganggu para pengguna jalan roda empat maupun roda dua serta kurangnya kenyamanan dan keamanan. Pedagang pasar ini merupakan pedagang yang berjualan di sebuah kecamatan Margasari. Setelah direlokasinya pasar Margasari, awalnya berjalan dengan baik dan pedagang dapat diatur penataannya. Akan tetapi seiring berjalannya waktu bertambahnya banyak jumlah pedagang, ditambah dengan adanya pedagang pendatang dari luar kota membuat kapasitas pasar tidak bisa menampung banyaknya jumlah pedagang. Hal ini membuat pedagang tersebut berjualan diarea pasar seperti jalan raya, trotoar jalan dan area parkir. Menanggapi hal tersebut pemerintah Kabupaten Tegal melalui Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM melakukan kembali kebijakan tentang relokasi pasar yang menunjukkan bahwa relokasi pasar yang menjadi dua pasar sehingga semua para pedagang masuk kedalam pasar dan pedagang pasar Margasari dipindah kepasar yang sekarang yang berganti nama menjadi Pasar Tradisional Berbasis Modern yang telah dibangun Pemerintah Kabupaten Tegal ke tempat khusus untuk pedagang. Pasar

tradisional ini memiliki lahan dengan ukuran 7250 untuk pasar I dan ukuran 3553 untuk pasar II yang telah dibangun untuk berdagang oleh Pemerintah Kabupaten Tegal yang bisa menampung kurang lebih 904 pedagang. Pasar Margasari ini terletak di Kecamatan Margasari yang letaknya sangat strategis dan mudah untuk dijangkau dan pasar tradisional Margasari ini termasuk pasar yang paling besar yang ada di Kabupaten Tegal.

Gambar 3.1
Skema pasar tradisional Margasari Tegal (pasar I)



Gambar 3.2
Skemz (Pasar II)



Batas wilayah pasar tradisional Margasari adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Pagerbarang
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Balapulang dan Bumijawa
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Brebes
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Brebes

Pasar tradisional Margasari tergolong sebagai pasar tradisional di Tegal yang berada di bawah naungan UPTD Pasar Wilayah Margasari. Pasar buka mulai pagi hingga sore hari. Barang-barang yang dijual beraneka ragam dari mulai barang-barang sembako, sayur-mayur, bumbu, daging, buah-buahan, ikan, pakaian serta peralatan rumah tangga. Pedagang yang berjualan di pasar tradisional ini sangat banyak yaitu berkisar 904 penjual.

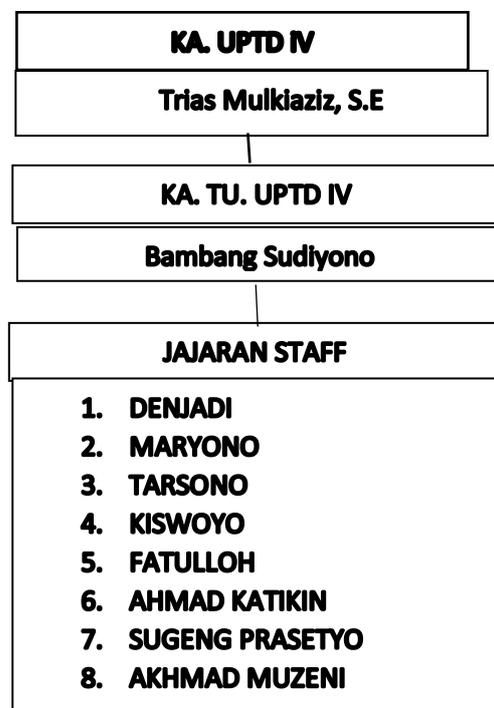
B. Struktur dan Kepemilikan Pasar Tradisional Margasari

Secara kepemilikan pasar tradisional Margasari dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kota Tegal yang memberikan kewenangan kepada

Dinas Pasar Tegal sebagai pihak yang bertanggung jawab mengelola aktivitas dan perkembangan pasar tradisional margasari. Dalam garis koordinasinya Dinas Pasar Kota Tegal tidak menaungi langsung dari kantor pusat tetapi melalui perwakilannya yaitu UPTD pasar wilayah Margasari. UPTD Wilayah IV membawahi 5 pasar yang salah satunya adalah pasar margasari. Aktivitas operasional dan administrasi pasar secara langsung ditangani oleh Kantor pasar yang bertugas menjadi kepala pasar yaitu bapak Trias Mulkiyaziz, S.E., yang dibantu oleh KTU (Kepala suku bagian tata usaha) yaitu Bapak Bambang Sudiyono, disamping itu dalam segala tugasnya pasar tradisional Margasari memiliki 8 Staff petugas yakni bapak Denjadi, bapak Maryono, bapak Tarsono. bapak Kiswoyo, bapak Fatulloh, bapak Ahmad Katikin, bapak Sugeng Prasetyo, bapak Ahmad Muzeni.

Gambar 3.3

Struktur Organisasi Pasar Tradisional Margasari Dinas Perdagangan Kota Tegal



Tugas dari pimpinan pasar yaitu sebagai koordinator pelaksana administrasi pasar yang meliputi : PAD, kebersihan, ketertiban dan

keamanan. Petugas Staff memiliki tugas sebagai seksi pemungutan retribusi yaitu untuk menarik retribusi dari para penjual yang setiap hari dilakukan. Petugas kebersihan melakukan kebersihan di sekitar lingkungan pasar. Petugas keamanan melakukan keamanan di sekitar lingkungan pasar.

C. Jumlah Pedagang Pasar Tradisional Margasari

Jumlah yang ada di pasar tradisional menurut kepemilikan bentuk bangunannya:

1. Kios : 74 Penjual
2. Los : 761 Penjual

Peneliti mengambil 25 penjual untuk dijadikan narasumber yang akan mewakili 835 penjual di pasar tradisional Margasari Tegal, antara lain sebagai berikut :

Table 3.1

Data Narasumber dan Jenis Dagangan di Pasar Tradisional Margasari Tegal

No	Nama	Alamat	Jenis Bisnis	Jenis kelamin
1	Hj. Soni	Karangdawa, Margasari	Sembako	Perempuan
2	Wati	Margasari	Kelontong	Perempuan
3	Syaitah	Bukasari, Margasari	Buah	Perempuan
4	Sugono	Pakulaut, Margasari	Gerabah	Laki-laki
5	Zaitun	Jembayat, Margasari	Sayur Mayur	Perempuan
6	Nur Hikmah	Jembayat, Margasari	Ayam	Perempuan

7	Dairoh	Jembayat, Margasari	Ayam	Perempuan
8	Anwar	Jembayat, Margasari	Sembako	Laki-laki
9	Sulastri	Karangbenda, Margasari	Gerabah	Perempuan
10	Ida	Jembayat, Margasari	Pakaian	Perempuan
11	Resmiyati	Karangjati, Margasari	Jajanan	Perempuan
12	Furikha	Margasari	Pakaian	Perempuan
13	Yohana	Jembayat, Margasari	Telur Asin	Perempuan
14	Leli	Benjaran, Tegal	Sayur Mayur	Perempuan
15	Puji Astuti	Jembayat, Margasari	Sayur Mayur	Perempuan
16	Sulastri	Karangbenda, Margasari	Gerabah	Perempuan
17	Ari	Margasari	Jajanan	Laki-laki
18	Lastri	Karangjati, Margasari	Ayam	Perempuan
19	Muprihatun	Margasari	Buah	Perempuan
20	Winangsih	Pakulaut, Margasari	Pakaian	Perempuan
21	Agusri	Margasari	Sembako	Perempuan
22	Tomimah	Jembayat, Margasari	Ayam	Perempuan
23	Lis	Karangjati, Margasari	Ayam	Perempuan

24	Amalia	Margasari	Buah	Perempuan
25	Aji	Pakulaut, Margasari	Jajanan	Laki-laki

Sumber: data primer diolah, 2022

D. Jalur Distribusi Barang kepada Konsumen di Pasar Tradisional Margasari

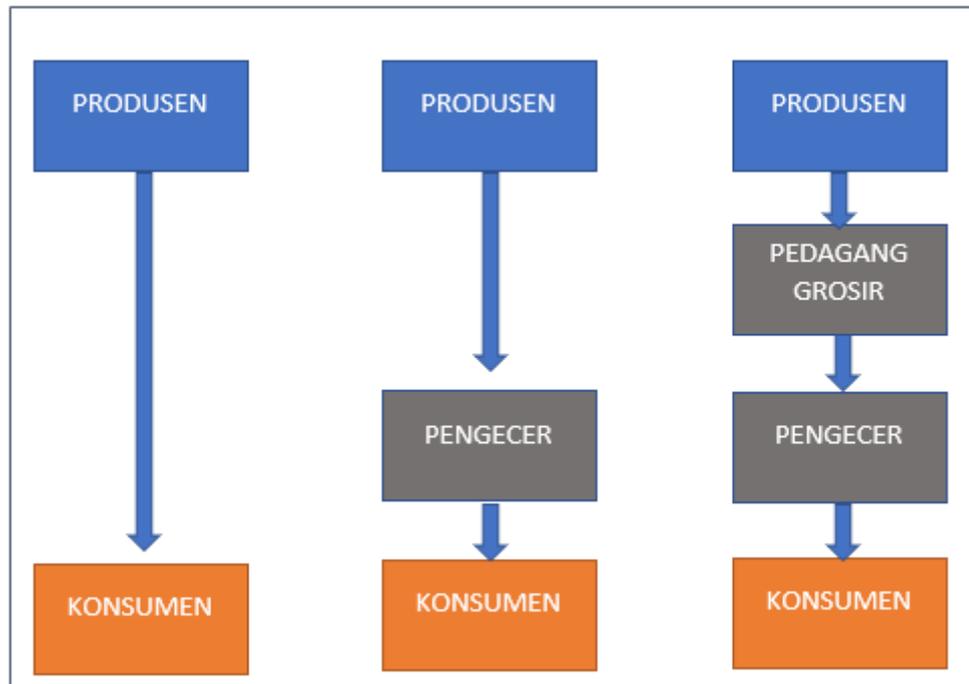
1. Jalur Pembelian Barang Dagangan

Pasar tradisional Margasari digolongkan sebagai pasar yang komplit. Di pasar tradisional Margasari menyediakan berbagai jenis kebutuhan seperti buah-buahan, sembako, daging ayam potong, ikan laut, sayur mayor, plastik, hasil bumi, roti dan jajanan, bumbu, pakaian, kelontong dan sebagainya.

Penjual di pasar tradisional Margasari mendapatkan barang dagangan tersebut dari pedagang besar (grosir), pabrik (produsen), maupun dari agen. Keputusan pengambilan barang dagangan ini tentunya akan mempengaruhi harga pokok pembelian barang dagangan. Dagangan yang dibeli langsung dari pabrik (produsen) tentunya akan lebih murah bila dibandingkan dengan dagangan yang dibeli dari agen atau sales maupun grosir.

Gambar 3.2

Jalur Distribusi barang kepada konsumen di pasar tradisional
Margasari



Sumber: Kantor Pasar Tradisional Margasari, 2022

Di Pasar Tradisional Margasari banyak penjual grosir yang lebih memilih menawarkan dagangannya dengan cara berkeliling kepada penjual yang ada di Pasar Tradisional Margasari. Akan tetapi harganya pasti lebih mahal bila dibandingkan dengan penjual mengambil sendiri dagangannya kepadanya.

2. Jalur Penjualan Barang Dagangan

Dagangan yang sudah didapat penjual di pasar tradisional Margasari akan dijual kepada penjual yang sifatnya grosir. Pembeli (yang dimaksud pedagang yang akan menjual kembali) ada yang datang dari sesama pedagang yang ada di pasar tradisional Margasari dan ada juga yang dari luar pasar tradisional Margasari. Barang dari penjual tersebut akan dijual kembali pada pembeli akhir baik melalui menggunakan sistem keliling kampung atau perdagangan menggunakan kios untuk menjajakan dagangannya. Pembeli ini mayoritas adalah ibu-ibu yang membeli di pasar tradisional Margasari untuk dijual kembali di wilayah tempat tinggalnya secara menyicil, sistem ini biasanya berlaku untuk pakaian. Selain penjualan sistem menyicil pedagang keliling juga

menjual barang dagangannya secara tunai, contohnya yaitu pedagang sayur keliling. Selain pembelian dalam bentuk satuan ada juga yang pembelian dalam bentuk grosir.

Pedagang di pasar tradisional Margasari juga menjual kembali barang dagangannya pada konsumen akhir. Penjualan ini biasanya dengan sistem ecer dan akan terjadi sistem tawar menawar di antara pembeli dan penjual. Harga yang ditawarkan pada pembeli akhir biasanya akan lebih mahal dibandingkan dengan sesama pedagang.

E. Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Margasari

Pasar Margasari digolongkan sebagai pasar tradisional tetapi pengelola pasar berusaha memberikan pelayanan berupa sarana dan prasarana yang seimbang dan dibutuhkan bagi para pedagang maupun pembeli yang melakukan transaksi. Adapun sarana dan prasarana tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jumlah bangunan di pasar tradisional Margasari

Kios : 74 petak

Los : 761 petak

Dasaran terbuka : 69

2. Fasilitas umum

- tempat Parkir

- 1) luas area parkir di pasar tradisional Margasari 493,5 m², kondisi plester dan layak

- 2) pengelola dari Dinas Perdagangan

- 3) juru parkir dari masyarakat setempat

- mushola

pasar tradisional Margasari mempunyai 2 mushola dengan kondisi layak beserta tempat wudhunya yang berada dipasar I dan pasar II.

- Reklame
Pasar tradisional Margasari memiliki 1 tembok reklame penunjuk lokasi pasar Margasari dengan kondisi masih bagus yang berada didepan pasar.
- TPA/TPS
Pasar tradisional Margasari memiliki 1 bak kontener untuk tempat pembuangan akhir sekaligus untuk mengangkut sampah yang setiap harinya sehingga pengelola pasar bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup agar setiap harinya bisa mengangkut bak tersebut.
- Saluran pembuangan
Drainase atau saluran pembuangan air sudah ada dan masih berfungsi walaupun ketika hujanturun deras sangat memerlukan waktu yang cukup lama dan ada beberapa titik yang tergenang air.
- Jalan di lorong pasar
Ada banyak jalan dilorong pasar Margasari yang masih baik dan layak untuk dilewati.
- Listrik
Pasar tradisional Margasari mempunyai aliran listrik dengan kapasitas maksimum 2200 watt (pasar I) dan 5500 watt (pasar II).
- Toilet
Pasar tradisional Margasari memiliki 19 toilet.

BAB IV

ANALISIS DATA

Setelah penulis memperoleh data-data dari hasil observasi, dokumentasi, wawancara, dan data-data yang diperoleh secara langsung dari perpustakaan baik yang diperoleh dari buku-buku, jurnal-jurnal dan internet dengan judul penulisan ini yaitu “Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang”, maka langkah selanjutnya yaitu penulis akan menganalisis data yang telah penulis kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut :

A. Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang

Relokasi 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 sudah tidak layak pakai.

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 dilihat 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 menjamin 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 antara 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 jual beli berjalan dengan aman dan nyaman.

Sesuai dengan Permen No. 12 Tahun 2012 diatas, 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 Margasari sebelum dan sesudah relokasi mempunyai perbedaan yaitu :

1. Lokasi

Lokasi pasar Margasari pada saat sebelum relokasi dikatakan strategis karena letak pasar dijadikan menjadi satu pasar sehingga transportasinya mudah untuk diakses dan dilokasi tersebut merupakan pusat aktivitas masyarakat di Margasari. Sedangkan lokasi pasar Margasari setelah direlokasi dikatakan kurang strategis karena letak pasar dijadikan menjadi dua pasar sehingga pada daerah tersebut sangat minim transportasi umum yang mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Margasari menurun bila dibandingkan dengan lokasi terdahulu.⁵⁴ hal ini sesuai dengan teori lokasi kegiatan perdagangan bahwa aksesibilitas perdagangan berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi serta pedestrian merupakan syarat kesuksesan perdagangan.

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

2. Bangunan dan Tata Letak

Pasar Margasari merupakan pasar milik pemerintah yang dikelola oleh dinas perdagangan kota tegal. 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 Margasari sebelum dan sesudah relokasi sama-sama memiliki bangunan. Akan tetapi ukuran pasar Margasari sebelum dan sesudah relokasi memiliki perbedaan yaitu pasar Margasari sebelum relokasi pasarnya hanya ada satu saja tetapi setelah relokasi pasarnya menjadi dua pasar sehingga memiliki ukuran yang sangat luas. Hal tersebut justru menyebabkan para pedagang kurang yakin dalam berdagang. Untuk perihal tata letak, pasar Margasari sebelum relokasi tidak berada pada zonasi sesuai berdasarkan jenis barang dagangan dan juga tidak memiliki tanda antara masing-masing blok, akan tetapi hal tersebut tidak

⁵⁴ Wawancara dengan pedagang

membuat para pembeli kesulitan dalam mencari barang yang akan dibeli. Pada pasar Margasari setelah relokasi telah 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 Margasari sebelum dan sesudah relokasi memiliki fasilitas yang sama, seperti yang disebutkan dalam PerMen No. 20 Tahun 2012. Menurut penuturan salah satu pedagang bahwa pasar Margasari sebelum atau pun sesudah relokasi sama-sama memiliki fasilitas yang baik⁵⁵. Hanya saja area parkir pengunjung di pasar Margasari setelah relokasi area parkir menjadi sangat banyak dengan adanya relokasi pasar menjadi dua pasar ini sehingga banyak pengunjung malas untuk berbelanja di pasar ini dikarenakan harus membayar parkir sebanyak 2 kali, dan banyak pengunjung yang memarkirkan kendaraannya dipinggir jalan yang kemudian mengganggu arus lalu lintas. Sedangkan sebelum relokasi pasar area parkir tertata rapi sehingga tidak mengganggu arus lalu lintas. 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.

Para pedagang pasar yang mengikuti program relokasi pasar Margasari sementara ini sebagian besar merasa senang dan antusias dengan kebijakan Pemerintah Kabupaten Tegal. Namun, masih terdapat beberapa pedagang yang merasa kecewa karena pelanggan makin sepi. Mereka beranggapan bahwa

⁵⁵ Wawancara dengan pedagang

program relokasi ini masih kurang promosinya sehingga para pembeli masih enggan untuk berkunjung ke tempat relokasi yang disediakan.

Dampak positif dari diadakannya kebijakan relokasi ini antara lain: membantu para pedagang Margasari setidaknya lapak pedagang bisa tertampung dengan baik. Melalui program relokasi ini, setidaknya cukup untuk membantu biaya hidup sehari-harinya. Selain itu, relokasi pasar Margasari ini dapat menarik pelanggan yang jauh dari luar yang biasanya mampir untuk berbelanja atau sekedar jalan-jalan untuk mencari barang, karena harga di pasar ini cukup terjangkau. Hal ini merupakan salah satu dampak positif dari penempatan relokasi pasar Margasari. Beberapa pedagang mengakui bahwa pembeli atau pelanggan barunya bertambah setelah mengikuti relokasi ini.

Selain dampak positif, tiap program kebijakan pastinya menimbulkan dampak negatif yang terjadi antara lain yaitu omzet pedagang menurun drastis. Selain itu, dengan kondisi lapak yang berubah mengakibatkan banyak pembeli merasa bingung mencari lapak (jika bukan pembeli/pelanggan) karena tidak mempunyai kontak pedagang yang akan dituju.

Dengan memperhatikan dampak positif dan negatif yang terjadi, para pedagang pasar margasari tetap merasa bersyukur atas kebijakan pemerintah ini. Mereka berusaha untuk bersyukur atas apa yang sudah dijalankan dan tetap setia dalam melayani pembeli. Tetap berusaha untuk nyaman, karena memang sudah seharusnya dijalani dengan lapang dada.

Kebijakan Pemerintah dalam merelokasi pasar Margasari sudah memenuhi kebutuhan *masalah* atau kepentingan ekonomi masyarakatnya. Dengan melihat kondisi pasar yang sudah tidak layak, pemerintah berhak dan berkewajiban untuk membuat suatu kebijakan guna menjadi solusi atas permasalahan ini. Dalam hal ini, pemerintah mempunyai wewenang untuk memindah alihkan lapak pedagang ke lokasi yang sudah disediakan dengan tujuan untuk kemaslahatan bersama. Prosesnya pun harus disertai dengan langkah-langkah yang terkonsep dengan baik agar selama program berlangsung dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dari analisis mengenai kondisi tersebut berdampak terhadap perubahan kondisi para pedagang, dan berikut merupakan analisis dampak relokasi pasar terhadap para pedagang 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 Margasari, semuanya mengalami penurunan setelah relokasi. Dan berikut merupakan tabel pendapatan pedagang pasar Margasari sebelum dan sesudah relokasi.

**Rata-rata Omset Penjualan Per hari Pedagang Pasar Margasari
Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Nama	Jenis Dagangan	Sebelum	Sesudah
1	Hj. Soni	Sembako	Rp. 2.000.000	Rp. 50.000
2	Syaitah	Buah	Rp. 150.000	Rp. 50.000
3	Leli	Sayuran	Rp. 1.500.000	Rp. 50.000
4	Dairoh	Ayam	Rp. 100.000	Rp. 25.000
5	Ida	Pakaian	Rp. 100.000	Rp. 50.000
6	Resmi	Jajanan	Rp. 150.000	Rp. 50.000
7	Wati	Kelontong	Rp. 100.000	Rp. 25.000
8	Sulastri	Gerabah	Rp. 100.000	Rp. 60.000
9	Yohana	Telur asin	Rp. 300.000	Rp. 100.000
10	Lastri	Lele	Rp. 200.000	Rp. 50.000

Sumber: Data Primer diolah pada tahun 2022

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 relokasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang pasar Margasari sejumlah sepuluh informan dari berbagai macam jenis pedagang seperti: sembako, buah, sayuran, ayam, pakaian, jajanan, kelontong, gerabah, telur asin, dan lele. Berdasarkan wawancara tersebut peneliti telah memperoleh jawaban mengenai pasar Margasari sebelum dan sesudah relokasi, bahwa kondisi pasar saat ini sepi karena pasar Margasari direlokasi menjadi dua pasar dan jaraknya yang cukup jauh dan juga letak zonasi yang kurang pas dan tidak sesuai sehingga berdampak terhadap pendapatan sebagian besar pedagang menurun, berbeda dengan pasar Margasari sebelum di relokasi, yang lokasinya sangat strategis sangat pas dengan zonasi yang sesuai sehingga pasar Margasari yang lama ramai oleh pembeli.

2. Modal Usaha

Pasca relokasi, banyak pedagang yang mengalami kekurangan modal usaha. 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 optimal guna menjaga kelangsungan hidup usahanya. Oleh karena itu para pedagang pasar Margasari setelah relokasi menambah modal usaha mereka dengan uang pribadi, dan ada juga yang mencari pinjaman dari pihak ketiga sebagai tambahan modal.⁵⁶

Pasar Margasari setelah 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 dapatkan. Jika omset penjualannya meningkat maka bisanya para

⁵⁶ Wawancara dengan pedagang

pedagang menambah modal jualan, dan sebaliknya. Mereka mengungkapkan bahwa modal yang mereka keluarkan lebih sedikit setelah pasar Margasari di relokasi, dari hal tersebut karena kurang lakunya barang dagangan mereka saat ini dibandingkan dengan dulu di pasar Margasari sebelum di 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.⁵⁷

3. Pengembangan Usaha

Sesudah pasar Margasari di 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.⁵⁸

Berdasarkan dari penjelasan tiga komponen tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar Margasari sesudah relokasi belum bisa berkembang sesuai dengan apa yang diharapkan seperti yang terjadi pada pasar Margasari sebelum relokasi. Hal tersebut dikarenakan pasar Margasari yang direlokasi menjadi dua pasar dan jaraknya antara pasar satu dan pasar dua yang cukup jauh sehingga pasar Margasari sesudah relokasi menjadi sepi yang mengakibatkan banyak pedagang yang pendapatannya mengalami penurunan di bandingkan dengan pasar Margasari sebelum relokasi.

⁵⁷ Wawancara dengan pedagang pasar margasari

⁵⁸ Wawancara dengan pedagang pasar margasari

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian mengenai Analisis Dampak Relokasi Pasar Terhadap Para Pedagang menghasilkan beberapa kesimpulan yang didasarkan pada analisis. Kesimpulan-kesimpulan dari penelitian ini meliputi :

1. Lokasi, pasar margasari sebelum relokasi strategis karena letak pasar yang menjadi satu sehingga penjual mudah untuk diakses oleh pembeli. Sedangkan lokasi pasar margasari sesudah relokasi dikatakan kurang strategis karena pasar direlokasi menjadi dua pasar sehingga pada daerah tersebut sangat minim pembeli yang mengakibatkan jumlah konsumen di pasar Margasari menurun bila dibandingkan dengan pasar yang dahulu.
2. Bangunan dan Tata letak, pasar Margasari sesudah relokasi memiliki ukuran yang luas sehingga pasar direlokasi menjadi dua pasar dan juga terdapat banyak pedagang yang tidak berada pada zonasi yang ditentukan, sehingga banyak dijumpai pedagang bercampur yang mengakibatkan menurunnya pendapatan.
3. Mengenai sarana pendukung pasar Margasari sesudah relokasi memiliki fasilitas yang sama dengan pasar yang dulu. Hanya saja relokasi pasar yang sekarang menjadi dua yang kondisinya kurang pas sehingga banyak area parkir yang membuat para pembeli malas untuk berbelanja dipasar.

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

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah, sebaiknya lebih memperhatikan lagi bagaimana mengenai kebijakan relokasi pasar, apakah sudah sesuai menurut pandangan para

pedagang dan masyarakat sekitar. Dan hendaknya memperhatikan bagian apa saja yang mempengaruhi sebuah bangunan yang didirikan, dan pemerintah juga harus memperhatikan bagaimana setelah adanya relokasi pasar yang menjadi dua pasar dan letak zonasi di pasar margasari apakah sudah sesuai bagi pedagang atau tidak dan apakah mudah dijangkau oleh masyarakat. Agar pedagang tidak menjadi resah karena menurunnya pendapatan.

2. Diharapkan, alangkah lebih baiknya jika pemerintah lebih meningkatkan lagi upaya terbaik terhadap pemenuhan kebutuhan pedagang yaitu dengan menata ulang zonasi pasar supaya meminimalisir atas kerugian terhadap menurunnya omset penjualan yang terjadi saat ini akibat sepi pengunjung, dan agar terwujudnya kemaslahatan bagi para pedagang.
3. Bagi pedagang agar lebih tekun dalam berusaha dan segala yang diberikan oleh pemerintah merupakan upaya untuk mensejahterakan warganya, pedagang juga harus jeli terhadap segala kebijakan pemerintah agar kebijakan tersebut dapat saling menguntungkan antara pemerintah dan warga. Dan para pedagang hendaknya mengambil sisi positif dari adanya pengelolaan pasar tradisional yang telah direlokasi ini, tidak hanya memikirkan resiko yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- 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.
- Ahmadi, Abu. 2003. *“Ilmu Sosial Dasar”*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Amirudin dan Zaenal Asikin. 2006. *“Pengantar Metode Penelitian Hukum”*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Armi, Aldinur. Et. Al. *“Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar”*. (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang), *Jurnal Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang*. Vol. 04, Nomor. 10.
- Assauri, Sofian. 2011. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- As-Syarawi, Prof. Dr. Muhammad Mutawali. 1992. *“Jiwa dan Semangat Islam”*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Bambang Pringgo Digdho, *“Proposal Penelitian Pasar Sekaten Tinjauan Fenomenologi Pasar Sekaten Surakarta 2012”*, <https://bambangguru.wordpress.com>, diakses pada 01 September 2022 pkl 10.00 WIB.
- Beik, Irfan Syauqi. Laily Dwi Arsyianti. 2016. *“Ekonomi Pembangunan Syariah”*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bungin, M. Burhan. 2007. *“Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi Public dan Ilmu Sosial Lainnya”*. Jakarta: Kencana.
- Daryanto. Ismanto Setyobudi. 2014. *“Konsumen dan Pelayanan Prima”*. Yogyakarta: Gava Media.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *“Teori Lokasi”*. Jakarta: FE-UI.
- Endrawanti, Susilo. Christine Diah Wahyuningsih. 2012. *“Dampak Relokasi Pasar”*(Studi Kasus Di Pasar Sampangan Kota Semarang), *Jurnal Ilmiah Universitas Tujuhbelas Agustus Semarang*.
- Fahmi, Irham. 2014. *“Kewirusahaan Teori, Kasus, dan Solusi”*. Bandung: Alfabeta.
- Faizah, Fita Nurotul. 2011. *“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan”*. Skripsi (Semarang: UIN Walisongo).

- Fuad, Muhammad. 2000. *“Pengantar Bisnis”*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2017. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.
- Haming, Murdiing. Mahud Nurnajamuddin. 2004. *“Manajemen Produksi Modern: Operasi Manufaktur dan Jasa”*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, Haris. 2011. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*. Jakarta: Salemba Humanika.
- 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.
- Huda, Chairul. 2015. *“Ekonomi Islam”*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Idrus, Muhammad. 2009. *“Metode Penelitian Ilmu Sosial”*. Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro. 1994. *“Pengantar Ekonomi Mikro”*. Yogyakarta: UPP.
- Leksono, Sonny. 2013. *“Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi: Dari Metodologi Ke Metode”*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Lipsey, Richard G. dan Petter O. Steiner. 1991. *“Pengantar Ilmu Ekonomi”*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mairna. 2007. *“Kamus Lengkap Bahasa Indonesia”*. Surabaya: Prakacita.
- Malano, Herman. 2011. *“Selamatkan Pasar Tradisional”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mitrolia, Romi. *“Teori Lokasi Kegiatan Perdagangan”*, <https://dokumen.tips/>, diakses pada 01 September 2022 pkl 18.00 WIB
- Moleong, Lexy J. 2008. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muheramtohad, Singgih. 2018. *“Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran Ibn Taimiyah). Jurnal At-Taqaddum*. Vol. 10. No. 1.
- Mujahidin, Ahmad. 2014. *“Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar”*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2003. *“Metodologi Penelitian”*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nurhayati, Siti Fatimah. Juni 2014. *“Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat”*, (Studi Kasus Pada Pasar Bringharjo Kota Yogyakarta), *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007
- Peunebah. *“Dampak Kebijakan Relokasi”*. Peunebah.blogspot.co.id, diakses pada 28 agustus 2022, pukul 13.00 WIB.
- Prasetya, M. Aringga. Luluk Fauziyah. September 2016. *“Dampak Sosial Ekonomi Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo”* *Jurnal Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. Vol. 4, No. 2.
- Raharja, Prathama dan Mandala Manarung. 2004. *“Pengantar Ilmu Ekonomi”*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Rahmi, Aini. *“Mekanisme Pasar Dalam Islam”*, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.4, No. 2.
- Riska, Diah Ayu. 2020. *“Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mejayan Baru Kabupaten Madiun”*. Skripsi Pasar Mejayan, Madiun. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- 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.
- Saraswati, Ria dan Adi Cilik Perewan. 2016. *“Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Pasar Prambanan Pasca Relokasi”*. (Studi Kasus Pasar Prambanan Di Dusun Pelemsari, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta), *Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sriani, Endang. *“Pengembangan Ekonomi Desa Dalam Islam: Penerapan Sharia Value di Pasar Tradisional”*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol.8, No.1.
- Subandriya. 2016. *“Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kabupaten Jayapura”*. Yogyakarta: Deepublish.

- Sugiato. 2002. *“Korespondensi Bisnis”*. Yogyakarta: Gaya Media
- Supayitno, Eko. 2008. *“Ekonomi Mikro Perspektif Islam”*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Syafrizal. 2008. *“Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi”*.
- Yuningrum, Heny. *“Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong Dalam Menghadapi Usaha Ritel yang Menjamur di Masyarakat”*. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 6. No. 2, 2016.

LAMPIRAN



Ket: Wawancara dengan pedagang sembako



Ket: Wawancara dengan pedagang gerabah



Ket: Wawancara dengan pedagang pakaian



Ket: Wawancara dengan pedagang sayur



Ket: Wawancara dengan pedagang ayam



Ket: Wawancara dengan pedagang campuran



PEMERINTAH KABUPATEN TEGAL
DINAS KOPERASI UKM DAN PERDAGANGAN

Jl. Prof. Moh. Yamin No.4 Slawi 52413

Telp. (0283) 491538

LEMBAR DISPOSISI

Surat dari : FEBI WNI Walisongo Sng	Diterima tanggal : 13 Jan 22
Tgl Surat : 6 Jan 22	Nomor Agenda : 100
No.Surat : 85/Un.105/11/16.000/11	Diteruskan kepada :
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian	<ol style="list-style-type: none">1. Sekretaris2. Kepala Bidang Koperasi3. Kepala Bidang Urusan Kecil Menengah4. Kepala Bidang Pengembangan Perdagangan5. Kepala Bidang SDPP6. Kepala UPTD Pasar Wilayah7. Kepala UPTD Metrologi Legal
ISI DISPOSISI	
<p>Y di penelitian</p> <p>kepada SDPP 4/13/22 fusth</p> <p>13/1-22</p>	
Keterangan : kasus Perizinan & Datsaha utk disposisi 13/22	Tanda Tangan / Paraf Yang Menerima

Daftar Wawancara Terhadap Profile Pasar Margasari Kabupaten Tegal

A. Daftar Wawancara Mengenai Gambaran Umum Pasar Margasari Kabupaten Tegal

1. Siapa pemilik Pasar Margasari? Sejak kapan Pasar Margasari itu berdiri?
2. Dimana lokasi Pasar Margasari dibangun dan mengapa Pasar Margasari didirikan dan direlokasi di lokasi tersebut?
3. Berapa luas lahan yang dimiliki dan luas bangunan yang digunakan oleh Pasar Margasari?
4. Bagaimana sejarah berdirinya Pasar Margasari ?
5. Bagaimana letak geografis dari Pasar Margasari?
6. Bagaimana bentuk struktur organisasi yang diterapkan oleh kantor Pasar Margasari?
7. Apakah sudah terdapat pembagian kerja yang jelas pada kantor Pasar Margasari?
8. Berapa jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Margasari?
9. Apa saja jenis dagangan yang dijual di Pasar Margasari?
10. Apa saja sarana prasarana yang diberikan di Pasar Margasari?

B. Daftar Wawancara dengan Pedagang Pasar di Pasar Margasari yang Direlokasi

1. Siapakah nama anda?
2. Sudah berapa lama ibu/bapak berdagang di Pasar Margasari?
3. Berapa jarak yang ibu/bapak tempuh untuk dapat berjualan di Pasar Margasari?
4. Berapa harga sewa kios/tempat dagangan di pasar Margasari?
5. Apakah pasar yang sudah direlokasi ini lebih ramai dari pasar yang lama?
6. Bagaimana tanggapan ibu/bapak mengenai kebijakan/sistem zonasi yang sudah ditetapkan terhadap relokasi pasar ini?
7. Apa dampak yang dirasakan ibu/bapak setelah adanya relokasi pasar ini?
8. Bagaimana pendapatan ibu/bapak sebelum dan sesudah relokasi?
9. Apakah strategi khusus yang dilakukan ibu/bapak untuk menarik pembeli?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Umi Hani
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 3 Oktober 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Jembayat Rt 01 Rw 06 Kec. Margasari Kab.
Tegal.
Email : Umihanikuho@gmail.com
No. HP : 081929516467

Riwayat Pendidikan Formal

1. MI Islamiyah Jembayat
2. MTS NURUL ULUM Jembayat
3. SMA N 1 Balapulang

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Umi Hani

NIM. 1805026128