

**DAMPAK REVITALISASI PASAR JOHAR SEMARANG TERHADAP  
PENDAPATAN PEDAGANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Di susun oleh:

**HAMZAH MAULANA ASSHIDIQ**

**1905026084**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Hamzah Maulana Asshidiq

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Hamzah Maulana Asshidiq

Nim : 1905026084

Judul : Dampak Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.**  
NIP. 19751218 200501 1 002

**Fita Nurotul Faizah, M.E**  
NIP. 19940503 201903 2 026

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

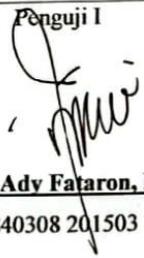
### PENGESAHAN

Nama : Hamzah Maulana Asshidiq  
NIM : 1905026084  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Dampak Revitalisasi Pasar Johar Semarang terhadap Pendapatan Pedagang

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 22 Juni 2023 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.

Semarang, 22 Juni 2023

Dewan Penguji,

<p>Ketua Sidang</p>  <p><b><u>Dessy Noor Farida, S.E., M.Si., Akt.</u></b> NIP. 19791222 201503 2 001</p>	<p>Sekretaris Sidang</p>  <p><b><u>Fita Nurotul Faizah, M.E.</u></b> NIP. 19940503 201903 2 026</p>
<p>Penguji I</p>  <p><b><u>Zuhdan Adv Fataron, M.M.</u></b> NIP. 19840308 201503 1 003</p>	<p>Penguji II</p>  <p><b><u>Septiana Na'afi, M.S.I.</u></b> NIP. 19890924 201903 2 018</p>
<p>Pembimbing I</p>  <p><b><u>Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.</u></b> NIP. 19751218 200501 1 002</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><b><u>Fita Nurotul Faizah, M.E.</u></b> NIP. 19940503 201903 2 026</p>

## MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا  
وَعَلَانِيَةً يَرِجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورًا

**“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah (Al-Qur’an),  
menegakkan shalat, dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan  
kepadanya secara sembunyi-sembunyi dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan  
perdagangan yang tidak akan pernah rugi.”**

**(QS. Fatir: 29)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun. Shalawat serta salam saya haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang semoga memberikan syafaat kepada seluruh umat-Nya di yaumul akhir.

Dengan kerendahan hati, perjuangan serta pengorbanan karya sederhana ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang saya cintai Bapak Muhammad Saepudin dan Ibu Eliyanti yang tidak pernah lelah mendoakan saya dalam setiap langkah, perjuangan dan selalu mendukung penuh dalam menggapai cita-cita saya dengan ikhlas dan kasih sayangnya. Serta kedua adik saya Kayla Khoerunnisa dan Muhammad Nadlif Asshidiq yang telah mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Segenap keluarga besar dan teman-teman, saya ucapkan terimakasih atas segala dukungan, motivasi, dan do'a yang diberikan kepada saya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan ridhonya serta keberkahannya dalam setiap langkah kita. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin.

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang penuh ditulis oleh pihak lain atau telah diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Juni 2023

Deklator



**Hamzah Maulana Asshidig**

**NIM. 1905026084**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “ Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Kata Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

**b. Vokal**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
َ...و	fathah dan wau	Au	a dan u

**c. Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ِ...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ُ...و	Dhammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh: قَالَ : qāla  
قِيلَ : qīla  
يَقُولُ : yaqūlu

#### d. Ta Marbutah

Transliterasinya menggunakan:

1. Ta Marbutah hidup, transliterasinya adaah /t/  
Contohnya: رَوْضَةٌ : rauḍatu
2. Ta Marbutah mati, transliterasinya adalah /h/  
Contohnya: رَوْضَةٌ : rauḍah
3. Ta marbutah yang diikuti kata sandang al  
Contohnya: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : rauḍah al-aṭfāl

#### e. Syaddah (*tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* dalam transliterasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah.

Contohnya: رَبَّنَا : rabbanā

#### f. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Kata sandang syamsiyah, yaitu kata sandang yang ditransliterasikan sesuai dengan huruf bunyinya  
Contohnya: الشفاء : asy-syifā'
2. Kata sandang qamariyah, yaitu kata sandang yang ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya huruf /l/.  
Contohnya : القلم : al-qalamu

#### g. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik itu fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contohnya:

وَأَنَّ اللَّهَ خَيْرُ الْرَازِقِينَ : wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn  
wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

## ABSTRAK

Pasar Tradisional memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dan merupakan sumber pendapatan utama bagi pedagang. Namun, revitalisasi pasar sering kali melibatkan perubahan yang berarti terhadap infrastruktur dan kebijakan operasional, yang berdampak pada pendapatan pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari revitalisasi pasar Johar Semarang terhadap pendapatan pedagang dan pandangan ekonomi Islam terhadap revitalisasi pasar Johar Semarang. Jenis penelitian ini menggunakan *Field Research* (Penelitian Lapangan) dan bersifat Deskriptif kualitatif. Adapun data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga data yang didapat benar-benar sesuai dengan realitas mengenai fenomena-fenomena yang ada di lokasi penelitian tersebut. Maka dari itu penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research*. Sedangkan data sekunder yang diperoleh yaitu melalui buku, jurnal, dan dokumen penelitian yang terdahulu yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi pasar Johar Semarang memiliki dampak negatif terhadap pendapatan pedagang. Hal ini dibuktikan dengan adanya penurunan pendapatan pedagang. Beberapa faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan pedagang yaitu lokasi dagangan yang berubah, jual beli online yang semakin berkembang pesat, minat konsumen semakin sedikit, dan faktor penting dari menurunnya pendapatan pedagang di pasar Johar adalah tempat relokasi ketika pasar Johar masih dalam tahap revitalisasi belum ditutup. Sehingga, pasar masih terbagi menjadi dua. Karena faktor-faktor penurunan tersebut, hampir seluruh pedagang pasar Johar mengalami penurunan pendapatan sebesar 60 persen. Tetapi ada beberapa pedagang yang mengalami keuntungan dari adanya revitalisasi, hal itu disebabkan karena tempat berdagang yang sekarang menjadi lebih strategis dan adanya inovasi-inovasi baru yang dilakukan pedagang untuk menjual barang dagangannya. Revitalisasi pasar Johar Semarang kurang memberikan efek positif terhadap pendapatan pedagang, karena selama ini pedagang mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis setelah kembali menempati pasar Johar, adapun dampak positif dari adanya revitalisasi ini yaitu kondisi pasar yang semakin cantik dan rapih, tersedianya fasilitas-fasilitas umum yang sangat memadai, selain itu pengelolaan pasar yang lebih baik menjadi dampak positif dari adanya revitalisasi ini.

**Kata Kunci:** *pasar tradisional, revitalisasi pasar, pendapatan.*

## ABSTRACT

Traditional markets play a vital role in the local economy and serve as the main source of income for traders. However, market revitalization often involves significant changes to infrastructure and operational policies, which can impact traders' income. This research aims to determine the impact of the revitalization of Johar Semarang market on traders' income and the Islamic economic perspective on the revitalization of Johar Semarang market. This research type uses Field Research (Field Study) and is descriptive qualitative in nature. The data for this study consists of primary and secondary data. Primary data is obtained through observation, interviews, and documentation, ensuring that the data obtained accurately reflects the realities of the phenomena in the research location. Therefore, this study uses the Field Research type. The secondary data obtained includes books, journals, and relevant previous research documents.

The research results indicate that the revitalization of Johar Semarang market has a negative impact on traders' income. This is evidenced by a decrease in traders' income. Several factors contribute to the decline in traders' income, including changes in trading locations, rapid growth of online buying and selling, decreased consumer interest, and the significant factor of traders' income decline in Johar market being the relocation site during the revitalization phase before Johar market was closed. As a result, the market was still divided into two parts. Due to these factors, almost all Johar market traders experienced a 60% decrease in income. However, some traders benefited from the revitalization as their trading locations became more strategic and they implemented new innovations to sell their goods. The revitalization of Johar Semarang market had a limited positive effect on traders' income, as traders experienced a drastic decrease in income after returning to Johar market. The positive impact of the revitalization includes a more attractive and organized market, the availability of adequate public facilities, and better market management.

**Keywords:** *traditional market, market revitalization, income.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SWA, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai oleh pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku Ketua Jurusan dan Bapak Nurudin, S.E., MM selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A. selaku Dosen Pembimbing I, dan Fita Nurotul Faizah, M.E. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Keluarga besar saya bapak dan ibu. Bapak Muhamad Saepudin dan Ibu Eliyanti yang tak pernah henti mendoakan saya dengan ikhlas, dan juga kedua adik saya Kayla Khoerunnisa dan Muhammad Nadlif Asshidiq yang selalu mendukung saya.
7. Teman-teman EI angkatan 2019 khususnya kelas EIC 2019, keluarga Jam'iyah Al-Fukeriyah Ngaliyan, Majelis Miftahul Legend, dan keluarga KKN Reguler 79 Posko 41. Terimakasih atas kebersamaan, canda tawa yang telah terukir selama 4 tahun.

8. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini akan mendapat pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, sehingga mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah khazanah keilmuan, khususnya bagi penulis sendiri serta bagi pembaca.

Semarang, 15 Juni 2023

Penulis,



**Hamzah Maulana Asshidiq**

**1905026084**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Tinjauan Pustaka .....	8
E. Metode Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Pasar.....	16
B. Revitalisasi Pasar .....	27
C. Pendapatan .....	30
D. Pedagang .....	36
E. Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	39
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
<b>A. Letak Geografis Kawasan Pasar Johar .....</b>	<b>49</b>
<b>B. Sejarah dan Perkembangan Pasar Johar Semarang.....</b>	<b>50</b>
<b>C. Visi dan Misi Pasar Johar Semarang.....</b>	<b>52</b>
<b>D. Struktur Organisasi .....</b>	<b>53</b>
<b>E. Sarana dan Prasarana .....</b>	<b>53</b>

<b>F. Jumlah dan Jenis Pedagang Pasar Johar .....</b>	<b>54</b>
<b>G. Dampak revitalisasi pasar Johar terhadap pendapatan pedagang.....</b>	<b>56</b>
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A. Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Johar Semarang	60
B. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Revitalisasi Pasar Johar Semarang .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1 Daftar Jumlah Pedagang setelah di revitalisasi tahun 2023.....	5
Table 2 Jumlah Pendapatan Pedagang .....	6
Table 3 Data Narasumber dan Jenis dagangan di Pasar Johar Semarang.....	55
Table 4 Pendapatan Pedagang Pasar Johar .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Pendapatan Pedagang Pasar Johar Semarang .....	7
Gambar 2 Peta Pasar Johar Semarang .....	49
Gambar 3 Struktur Organisasi Koordinasi Wilayah 1 Pasar Johar.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian .....	80
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	82
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara .....	83

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan adalah proses sosial yang terencana karena melibatkan berbagai dimensi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, modernisasi, pembangunan bangsa, kesadaran lingkungan dan bahkan meningkatkan kualitas hidup manusia.<sup>1</sup> Kemajuan suatu kota sudah dipengaruhi oleh kondisi dan aktivitas ekonomi di dalam kota tersebut. Seiring perkembangan ekonomi di Indonesia, terutama di Kota Semarang yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah, terdapat kebutuhan yang semakin meningkat akan tempat atau fasilitas untuk menjual kebutuhan pokok masyarakat seperti sandang, pangan, dan papan. Salah satu sarana yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut adalah pusat perbelanjaan atau pasar, yang berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli.<sup>2</sup>

Pasar adalah tempat dimana para penjual dan pembeli berkumpul dan saling berhubungan untuk menentukan harga suatu produk. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan meningkatnya kemajuan teknologi, pasar telah berkembang menjadi lebih dari sekedar pusat transaksi bagi masyarakat sekitar. Bahkan saat ini, pasar telah menjadi telah menjadi kekuatan penggerak dalam ekonomi dengan skala yang lebih besar.<sup>3</sup> Secara umum, pasar memiliki tiga fungsi utama. Pertama, pasar berperan sebagai saluran distribusi yang memfasilitasi perolehan barang atau layanan dari produsen kepada pembeli. Selain itu, pasar berperan dalam penentuan harga, dimana harga ditentukan melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli di pasar. Ketiga, pasar berfungsi sebagai platform promosi, memungkinkan produsen untuk memperkenalkan produk mereka kepada produsen.<sup>4</sup>

Pasar juga tidak hanya berperan sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli dalam memenuhi kebutuhan hidupnya saja, melainkan pasar menjadi wadah untuk berinteraksi sosial terhadap nilai-nilai tradisional di ruang lingkup masyarakat.

---

<sup>1</sup> Sihombi, Dewi, dan Madani, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen Bandung*, Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol. 8 No. 1, 2019, hal. 148.

<sup>2</sup> Theseria Merlyn Santoso, *Revitalisasi Pasar Johar Semarang dengan pendekatan Arsitektur Indische*, hal. 1.

<sup>3</sup> Theresiana Merlyn Santoso, *Revitalisasi ...*, hal. 1.

<sup>4</sup> Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000, hal. 10.

Saat ini banyak sekali pasar modern yang muncul hingga mengakibatkan pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan serta menyusutnya jumlah pembeli, hal ini diakibatkan karena adanya pendapat dari sebagian orang jika pasar tradisional itu kumuh dan barang yang dijual kurang berkualitas bahkan jauh dibawah standar. Dalam kasus ini pihak manajemen pasar harus berfikir agar pasar tradisional tidak mengalami kelesuan dalam aktivitasnya. Fenomena menjamurnya pasar modern dan minimarket telah terjadi disetiap daerah di indonesia hingga ke pelosok negeri ini, bahkan saat ini pasar modern lebih mendominasi di tengah-tengah kehidupan kota Semarang. Salah satu kebijakan pemerintah dalam menyelamatkan pasar tradisional adalah dengan cara revitalisasi pasar.<sup>5</sup>

Revitalisasi pasar adalah suatu bentuk upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk tetap menjaga eksistensinya di tengah-tengah persaingan dengan pasar modern yang keberadaannya lebih dinikmati oleh masyarakat dibanding dengan pasar tradisional.<sup>6</sup> Program revitalisasi pasar merupakan pelaksanaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, pasal 13 ayat 1, 2, dan 3 yang di dalamnya berisi bahwa pemerintah pusat bekerja sama dengan pemerintah daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna meningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan revitalisasi pasar rakyat, implementasi manajemen pengelolaan yang profesional, fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing dan fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar rakyat. Tujuan dari diadakannya program revitalisasi pasar mendorong agar pasar lebih modern dan mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern, sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pedagang.<sup>7</sup>

Menghadapi persaingan dengan pasar modern, pemerintah selaku pemilik pasar tradisional melakukan upaya-upaya untuk mempengaruhi, mengarahkan, dan membuat keputusan ekonomi jangka panjang dengan tujuan untuk meningkatkan serta mengendalikan laju pertumbuhan ekonomi. Upaya-upaya tersebut melalui revitalisasi pasar atau dengan kata lain memvitalkan kembali pasar tradisional dengan kondisi yang

---

<sup>5</sup> I Kadek Dwi Perwira Putra dan I Gusti Wayan Murjana Yasa, *Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Kunjungan, Pendapatan Pedagang, dan Pendapatan Pasar di Kota Denpasar*, E-Jurnal EP Universitas Udayana, Vol. 6 No. 9, 2017, hal. 1739-1740.

<sup>6</sup> I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A.A.I.N Mahreni, *Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*, PIRAMIDA Jurnal Kependudukan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Vol. XIII No. 1 : 18-26, hal. 19.

<sup>7</sup> Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, pasal 1, 2, 3.

sebelumnya. Karena pada umumnya, kondisi pasar tradisional yang ada di tanah air ini terlihat kurang baik dalam aspek fisik bangunan dan manajemen pengelolaan pasar. Revitalisasi pasar dengan melakukan perbaikan fisik dalam bentuk renovasi bangunan maupun dalam tatanan manajemen pengelolaan dan administratif agar lebih profesional yang dilakukan oleh dinas pasar seolah menjadi solusi yang pas untuk menghadapi pasar modern.<sup>8</sup>

Pasar tradisional memiliki fungsi sebagai ruang untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi tentang segala permasalahan yang ada. Maka di kota besar seperti di Semarang ini, dimana kegiatan perekonomian cukup pesat namun keberadaan pasar tradisional tetap eksis di tengah menjamurnya pasar modern. Kawasan Johar merupakan sebagai salah satu pusat perdagangan di Kota Semarang yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan seiring dengan faktor historis yang ada. Transformasi kawasan semakin terlihat ketika peran dan fungsinya sebagai pusat perdagangan telah membawa perubahan dari pola kota jawa tradisional menjadi kawasan perdagangan lokal dan regional yang dipengaruhi oleh perdagangan modern. Teori modernisasi menganggap bahwa negara-negara berkembang akan menempuh jalan sama dengan negara maju, sehingga akan menjadi negara berkembang melalui proses modernisasi. Sehingga masyarakat-masyarakat yang belum berkembang perlu mengatasi atau melakukan berbagai kekurangan dan masalahnya.<sup>9</sup>

Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK) Semarang, kawasan Johar ditetapkan sebagai kawasan pusat inti kota yang dominasi penggunaannya adalah perdagangan, dan merupakan salah satu Kawasan Pusat Perdagangan (KPP) utama kota. Pasar Johar merupakan pasar tradisional terbesar yang dimiliki kota Semarang. Pasar yang merupakan warisan budaya peninggalan Belanda ini terletak di kawasan perdagangan di pusat kota Semarang. Pasar Johar direncanakan oleh Thomas Karsten yang merupakan seorang perencana wilayah pemukiman dari Hindia Belanda, beliau merencanakan sebagai pasar tradisional dengan konstruksi yang khas sehingga membentuk jadi diri kota Semarang.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Annisa Indah Mashita, *Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang*, Jurnal Sosek Pekerjaan Umum, Vol. 2 No. 1, April 2010, hal. 42.

<sup>9</sup> Farma Aria Susiyanti, *Strategi Perancangan dalam meningkatkan Vitalitas Kawasan Perdagangan Johar Semarang*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 14 No. 3, Desember 2003, hal. 48.

<sup>10</sup> Farma Arina Susiyani, *Strategi ...*, hal. 48.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Santoso, sebelum dilakukannya revitalisasi, kondisi pasar Johar sangat kumuh dan tidak tertata karena bertambahnya jumlah pedagang yang melebihi batas. Kualitas lingkungan yang menurun disebabkan sering terjadinya banjir rob maupun banjir pada musim penghujan juga menjadi masalah yang perlu dibenahi lagi, bahkan tempat penampungan sampah yang berdekatan dengan lapak penjual menimbulkan bau yang tidak sedap sehingga hal tersebut sangat mengganggu pengunjung yang akan membeli, ditambah lagi kurangnya lahan parkir yang mengakibatkan pengunjung parkir di pinggir jalan sehingga menyebabkan kemacetan. Melihat permasalahan yang ada pada pasar Johar Semarang, maka revitalisasi agar dapat menampung kegiatan masyarakat secara maksimal.<sup>11</sup>

Revitalisasi ini juga sangat berpengaruh untuk mendukung fungsi asli dari pasar Johar sebagai pusat perbelanjaan dan meningkatkan pendapatan daerah dengan membentuk kondisi fisik bangunan yang memadai, bersih, aman, nyaman, dan sehat untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Bila permasalahan yang ada ini tetap dibiarkan, keberadaan pasar tradisional semakin lama maka akan semakin terpuruk. Maka dari itu perlu adanya revitalisasi pasar agar dapat menampung seluruh kegiatan jual beli di pasar tradisional dengan menjaga ciri khas dari pasar tradisional yang sudah ada. Semua bentuk dan kelengkapan bangunan yang digunakan harus memiliki kegunaan yang optimal sehingga keindahan dari bangunan tersebut akan dapat ketika semua elemennya berfungsi secara maksimal.<sup>12</sup>

Seiring dengan berkembangnya zaman, pasar Johar sangat perlu perbaikan fisik yang semakin hari semakin dimakan oleh usia dan kondisi pasar yang kumuh. Puncaknya pada tanggal 9 Mei 2015, pasar bersejarah ini terbakar. Faktor utama penyebab terjadinya kebakaran di pasar Johar karena adanya konsleting listrik dan hidrant yang tidak berfungsi dengan baik sehingga banyak kios-kios yang hangus dilahap oleh api.<sup>13</sup> Setelah terjadinya kebakaran tersebut pasar Johar mulai direvitalisasi pada tahun 2017 dan pedagang direlokasikan ke kawasan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Pasar Johar utara dan tengah telah selesai direvitalisasi pada

---

<sup>11</sup> Theseria Merlyn Santoso, *Revitalisasi Pasar Johar Semarang dengan pendekatan Arsitektur Indische*, hal. 2-3.

<sup>12</sup> Theseria Merlyn Santoso, *Revitalisasi ...*, hal. 5.

<sup>13</sup> Muhammad Adam Al Yassin dan Sukawi, *Revitalisasi Pasar Johar Semarang*, Jurnal IMAJI, Vol.9 No.4, Oktober 2020, hal. 431.

Desember 2019, sedangkan pasar Johar selatan selesai direvitalisasi pada Januari 2022.<sup>14</sup>

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, kondisi pasar Johar sekarang lebih baik dan bersih dari kondisi sebelum di revitalisasi. Hal itu sangat terasa ketika peneliti mengamati kondisi dan suasana pasar Johar. Sayangnya, setelah dilakukan revitalisasi banyak pedagang yang tidak mau kembali ke pasar Johar, pedagang tersebut lebih nyaman di tempat relokasi karena pengunjung disana lebih banyak dan lapak jualannya lebih luas daripada di pasar Johar. Hal tersebut dibenarkan oleh Supana selaku koordinator wilayah I pasar Johar, dari keseluruhan pedagang di pasar Johar utara, tengah, selatan, dan kanjengan, hanya sekitar 30 persen yang kembali ke pasar Johar.

**Table 1 Daftar Jumlah Pedagang setelah di revitalisasi tahun 2023**

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang
1	Johar Utara	357
2	Johar Tengah	641
3	Johar Selatan	394
4	Johar Kanjengan	274

Sumber: UPT Pasar Johar

Jumlah pedagang setelah revitalisasi tidak sebanding dengan jumlah pedagang sebelum direvitalisasi. Tabel di atas menunjukkan bahwa masih sedikit pedagang yang kembali ke pasar johar. Hal itu dibuktikan dengan tidak sebandingnya jumlah kios dan los yang ada di pasar Johar. Bahkan sebelum direvitalisasi jumlah pedagang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah los dan kios yang tersedia di pasar Johar.

Kondisi fisik yang baik, serta penataan pedagang yang terlihat sangat rapi seharusnya bisa mendongkrak pendapatan pedagang karena pasar sudah direvitalisasi. Tetapi hal tersebut berbanding terbalik dengan pengamatan peneliti, pasar Johar tidak seramai sebelum direvitalisasi. Hal tersebut dikarenakan penataan pasar yang rapi sehingga tidak adanya pedagang yang melebihi kapasitas sehingga berjualan tidak pada

---

<sup>14</sup> Rachmad, *Wawancara dengan pengelola pasar Johar Semarang*, Semarang 2 Februari 2023.

tempatya. Menurut Dewi selaku penjual baju di pasar Johar, kondisi pasar saat ini terlihat sangat baik jika dibandingkan dengan sebelumnya. Sebelum dilakukannya revitalisasi pengunjung pasar Johar sangat membludak hal tersebut dikarenakan banyaknya jumlah pedagang sehingga mengundang banyaknya jumlah pengunjung. Sayangnya, setelah dilakukannya revitalisasi pengunjung semakin berkurang yang menyebabkan berkurangnya pendapatan.<sup>15</sup>

**Table 2 Jumlah Pendapatan Pedagang**

No	Nama Pedagang	Pendapatan Sebelum Revitalisasi/hari	Pendapatan Sesudah Revitalisasi/hari	Keterangan
1	Yusuf	Rp. 6.000.000	Rp. 1.500.000	Turun
2	Ari	Rp. 7.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
3	Tri	Rp. 5.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
4	Katimi	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000	Turun
5	Sumardi	Rp. 5.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
6	Pardi	Rp. 9.000.000	Rp. 200.000	Turun
7	Parinem	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000	Turun
8	Siti	Rp. 6.000.000	Rp. 800.000	Turun
9	Arif	Rp. 4.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
10	Daud	Rp. 3.000.000	Rp. 500.000	Turun

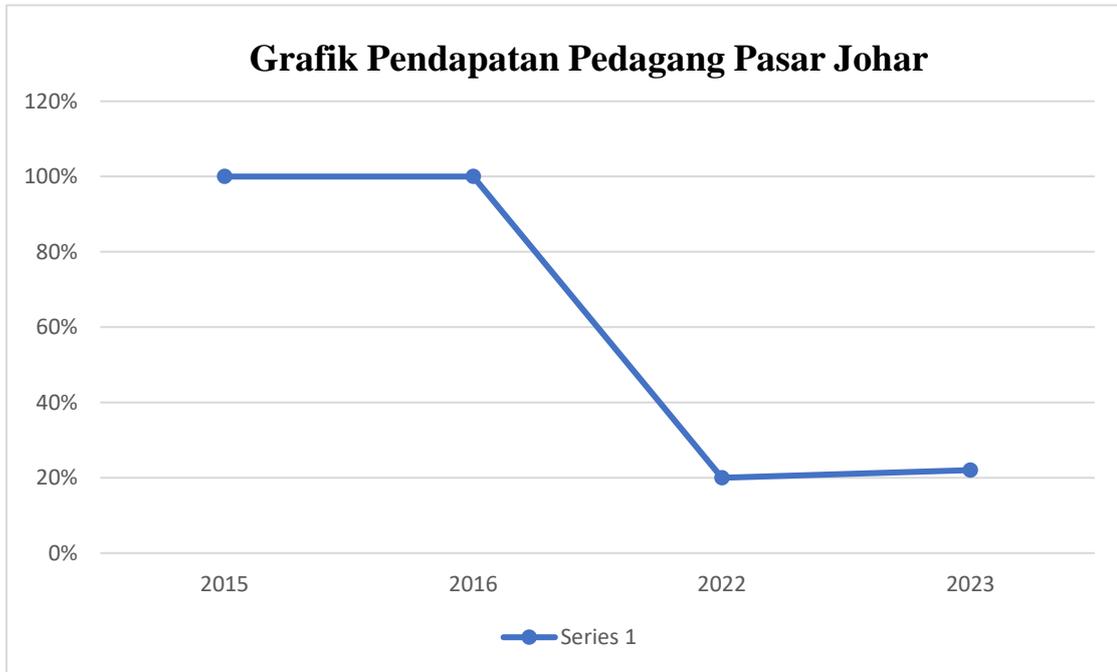
Sumber: Data diolah dari hasil wawancara

Hal tersebut dibenarkan oleh sebagian pedagang di pasar Johar, kondisi pasar saat ini sangat baik dibandingkan dengan sebelum revitalisasi. Akan tetapi, jumlah pengunjung mengalami penurunan sehingga pedagang merasa tidak puas terhadap revitalisasi ini karena pendapatan mereka yang menurun semenjak pasar

<sup>15</sup> Dewi, *wawancara*, Semarang, 2 Februari 2023.

direvitalisasi.<sup>16</sup> Para pedagang mengalami penurunan secara drastis semenjak kembali ke pasar Johar yang telah direvitalisasi, rata-rata para pedagang mengalami penurunan sebesar 80% dari pendapatan semula sebelum direvitalisasi.

**Gambar 1 Grafik Pendapatan Pedagang Pasar Johar Semarang**



Dari grafik di atas pengelola harus memperhatikan perkembangan pasar pasca revitalisasi dan mengkaji kembali penataan pedagang supaya tidak adanya timpang tindih dan kecemburuan sosial terhadap sesama pedagang. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang di pasar Johar Semarang?
2. Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap revitalisasi pasar Johar Semarang?

---

<sup>16</sup> Rachmad, *Wawancara dengan pengelola pasar Johar Semarang*, Semarang 2 Februari 2023.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan penelitian

- a) Mengetahui dampak revitalisasi pasar Johar terhadap pendapatan pedagang di pasar Johar Semarang
- b) Mengetahui pandangan ekonomi Islam terhadap revitalisasi pasar Johar Semarang

### 2. Manfaat penelitian

- a) Manfaat Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa untuk memperkaya khazanah tentang dampak dari revitalisasi pasar terhadap pedagang dan konsumen. Selain itu diharapkan bisa dijadikan suatu referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya yang mempunyai objek penelitian yang sama.

#### b) Manfaat Praktis

##### 1. Pengelola Pasar Johar

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan pihak pengelola pasar sebagai tolak ukur dalam mengelola manajemen pasar.

##### 2. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi sumber bacaan dan pertimbangan referensi dalam melakukan penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang.

##### 3. Para pedagang di Pasar Johar

Diharapkan mampu untuk meningkatkan strategi penjualan agar pendapatan yang diperoleh semakin meningkat.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan terhadap penelitian yang membahas tentang revitalisasi pasar. Penelitian yang pertama yaitu, dalam jurnal yang tulis oleh Stutiari dan Arka “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung” menjelaskan bahwa hasil pendapatan yang

diterima oleh para pedagang menjadi meningkat setelah revitalisasi pasar tradisional di Kabupaten Badung. Bahkan banyak peningkatan yang dialami oleh pasar setelah revitalisasi tersebut, seperti keamanan, fasilitas ataupun sarana, pelayanan administrasi, dan juga meningkatkan kebersihan pasar tradisional di Kabupaten Badung.<sup>17</sup>

Selain Stuari dan Arka terdapat dalam jurnal yang ditulis oleh Pratiwi dan Kartika “Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading” menjelaskan bahwa telah terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada pendapatan pedagang, hal tersebut terjadi setelah revitalisasi pasar tradisional. Tidak hanya itu, revitalisasi pasar juga membuat pengelolaan pasar menjadi lebih baik.<sup>18</sup>

Selanjutnya, Arilia dalam jurnal “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang” menjelaskan bahwa setelah revitalisasi kondisi bangunan dari Pasar Bulu menjadi bersih dan rapih, akan tetapi revitalisasi juga berdampak buruk pada pendapatan pedagang hal itu dibuktikan dengan turunnya pendapatan pedagang di Pasar Bulu yang semula mereka mendapatkan Rp. 5.280.000 akan tetapi setelah revitalisasi mereka hanya mendapatkan Rp. 3.366.000. Dengan itu bisa disimpulkan bahwa revitalisasi di Pasar Bulu ini berdampak negatif terhadap pendapatan para pedagang.<sup>19</sup>

Selain Arilia, dalam jurnal yang ditulis Hamid “Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembung” menjelaskan bahwa revitalisasi pasar tidak menjamin pasar menjadi ramai dan pendapatan pedagang menjadi naik, akan tetapi setelah adanya revitalisasi bangunan menjadi lebih bagus dan bersih. Hal tersebut yang akan menjadi daya tarik masyarakat untuk selalu berbelanja ke pasar tradisional yang telah direvitalisasi.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Ni Putu Eka Stutiari, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung*, E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA, Vol.8 No.1, 2019 hal.172.

<sup>18</sup> Kadek Cyntia Pratiwi, *Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading*, E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA, 2019, hal. 829.

<sup>19</sup> Rizka Aprilia, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang*, ECONOMICS DEVELOPMENT ANALYSIS JOURNAL 6, F :2017, hal. 220.

<sup>20</sup> Ahmad Munir Hamid, *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang Di Pasar Lembung*, vol.5 no.2, JURNAL EKONOMI SYARI'AH, Juli 2022, hal. 65.

Selanjutnya, dalam jurnal yang ditulis Sunada dan Ayuningsari “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Keberadaan Pedagang di Pasar Desa Adat Intaran Sanur” menjelaskan bahwa revitalisasi berdampak positif terhadap peningkatan di berbagai aspek sesuai dengan harapan para pedagang dan pengelola pasar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan pendapatan pedagang, peningkatan jumlah pembeli, dan peningkatan persediaan barang yang dijual setelah revitalisasi pasar di Pasar Desa Adat Intan Sanur.<sup>21</sup>

Berdasarkan kajian pustaka di atas, maka diketahui kesamaan dan perbedaan dalam penelitian. Aspek kesamaan pada fokus pembahasan permasalahan dampak revitalisasi pasar. Akan tetapi, ada suatu pembeda terhadap penelitian sebelumnya yaitu, fungsi pasar dan penerapan mekanisme Islam di pasar Johar. Pasar Johar Semarang tidak hanya digunakan untuk berjualan saja melainkan menjadi tempat wisata bagi wisatawan yang berkunjung ke Semarang karena pasar Johar Semarang merupakan cagar budaya peninggalan sejarah yang perlu dijaga dan dilestarikan. Selain itu pasar Johar telah menerapkan mekanisme Islam yang bertujuan agar persaingan pasar dilakukan dengan adil, karena setiap bentuk yang menimbulkan ketidakadilan sangat dilarang di dalam Islam.

## **E. Metode Penelitian**

### **1) Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Menurut Mulyana *Field Research* yaitu jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang alamiah. Data primernya berasal dari lapangan, sehingga data yang didapat benar-benar sesuai dengan realitas mengenai fenomena-fenomena yang ada di lokasi penelitian tersebut. Maka dari itu penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research*, agar dapat mencari data di lapangan secara detail dan terperinci dengan cara mengamati dari fenomena terkecil yang menjadi acuan titik permasalahan, sampai mengamati fenomena terbesar serta berusaha mencari solusi permasalahan demi kemaslahatan bersama.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Wayan Ari Sunada dan A.A Ketut Ayuningsari, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pedagang di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*, E-Jurnal EP UNUD, vol.6, No.2, Februari 2017, hal. 220.

<sup>22</sup> Dedy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, hal. 160.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai peran revitalisasi pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang pasar Johar Semarang.<sup>23</sup> Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari lisan orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta-fakta yang sudah ada.<sup>24</sup> Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti ingin mengetahui secara langsung kondisi aktifitas pasar tradisional kemudian peneliti menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya.<sup>25</sup>

## 2) Sumber Data

### a) Sumber Data

Sumber data adalah dari mana data penelitian tersebut diperoleh.<sup>26</sup> Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer adalah data pokok yang diperoleh langsung dari sumber data yang pertama. Data ini masih memerlukan analisis lebih lanjut, yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari tempat dimana penelitian tersebut dilakukan, yaitu data dari hasil wawancara dan observasi para pedagang di pasar Johar Semarang.<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, hal. 9.

<sup>24</sup> M.Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015, hal. 9.

<sup>25</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005, hal. 6.

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, hal. 129.

<sup>27</sup> Amirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode dan Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003, hal. 30.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder biasanya dalam bentuk data dokumentasi atau berupa data laporan yang telah tersedia. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah buku, jurnal-jurnal, dan dokumen penelitian terdahulu yang relevan.<sup>28</sup>.

### 3) Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan tiga teknik dalam pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a) **Wawancara Terstruktur**

Teknik wawancara yaitu suatu teknik berkomunikasi secara langsung perihal menanyakan masalah-masalah yang terjadi guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan tanpa adanya unsur paksaan, ancaman, atau yang lainnya yang membuat narasumber merasa tidak nyaman.

Dalam melakukan wawancara, penulis mewawancarai pengelola pasar dan pedagang pasar Johar Semarang. Responden dipilih secara acak karena dampak revitalisasi pasar Johar Semarang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, peneliti melakukan wawancara terhadap 30 responden menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu peneliti menanyakan secara langsung kepada pihak yang terkait tentang dampak revitalisasi pasar Johar Semarang dengan pertanyaan yang telah dibuat secara sistematis.

b) **Observasi *Non Participant***

Teknik observasi yaitu suatu teknik yang mengandalkan indra yang ada pada manusia seperti mata untuk mengamati, telinga untuk mendengar, hal tersebut dilakukan untuk dapat mengumpulkan suatu informasi.<sup>29</sup> Dilihat dari pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi dua yaitu *participan observation* dan *non participan observation*. *Participan observation* yaitu peneliti melakukan pengamatan ikut serta apa

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hal. 137.

<sup>29</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak, 2008, hal. 110.

yang dilakukan oleh sumber data, sedangkan *non participant observation* yaitu peneliti hanya sebagai pengamat independent.<sup>30</sup>

Peneliti melakukan penelitian di pasar Johar Semarang yang menjadi objek penelitian dengan menggunakan metode observasi *non participant*, dalam penelitian ini peneliti berposisi sebagai pengamat yang kemudian merangkumnya dalam sebuah catatan.

#### c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu tehnik mengumpulkan data berupa gambar, arsip ataupun dokumen dalam bentuk laporan yang disertai dengan keterangan yang mampu untuk mendukung penelitian.<sup>31</sup> Dalam hal ini peneliti menggunakan berbagai sumber seperti dokumen asli, website, buku, jurnal, dan lain-lain untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian dampak revitalisasi pasar Johar Semarang terhadap pendapatan pedagang.

### 4) Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan menyajikan data yang berbentuk tulisan kemudian menganalisis hasil data yang telah diperoleh dari hasil penelitian tersebut. Selanjutnya analisis ini akan menjelaskan dampak revitalisasi Pasar Johar terhadap pendapatan pedagang. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam pengelolaan data tersebut adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

#### a. Reduksi data

Reduksi data yang dimaksud adalah untuk mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Langkah yang digunakan adalah dengan menajmakan analisis, menggolongkan ke dalam setiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan pengorganisasian data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Kemudian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mempermudah peneliti untuk melakukan

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal. 145.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode ...*, hal. 145.

<sup>32</sup> M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2007, hal.149.

pengumpulan data yang selanjutnya digunakan untuk mencari data tambahan jika diperlukan.

b. Penyajian data

Penyajian data yaitu proses penyajian data yang berupa sekumpulan informasi tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data ini mengacu pada masalah penelitian yang telah dirumuskan sehingga diharapkan dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan yang ada.

c. Penarikan kesimpulan

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

## **F. Sistematika Penulisan**

Penulisan Skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana pada tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu :

Bab I Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori menjelaskan teori-teori yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Bab ini berisi teori tentang tinjauan umum dampak revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang.

Bab III Gambaran umum objek penelitian yang berisi gambaran yang menerangkan tentang letak geografis, Kepemilikan dan Struktur organisasi pasar Johar Semarang, Jumlah pedagang dan sarana prasarana pasar Johar Semarang, sejarah dan perkembangan pasar Johar Semarang.

Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan yang membahas secara deskriptif yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis hasil penelitian yang digunakan dan pembasan tentang masalah yang diteliti yaitu dampak revitalisasi pasar johar terhadap pendapatan pedagang dan pandangan ekonomi Islam terhadap revitalisasi pasar Johar Semarang.

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan akhir, saran yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, dan penutup.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pasar**

##### **1. Definisi Pasar**

Secara luas pasar adalah mekanisme bertemunya kepentingan antara konsumen dan produsen yang merupakan sumber informasi bagi pelaku ekonomi dan juga sebagai sarana dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan produsen. Selain itu pasar dalam arti sempit yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli atau konsumen dan produsen pada suatu lokasi tertentu.<sup>33</sup> Menurut William J. Stonton pasar merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu:

- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang, tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya jika seseorang mempunyai kemampuan tetapi ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.<sup>34</sup> Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli baik barang maupun jasa. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk pertukaran barang dan jasa.<sup>35</sup>

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat dimana mereka membeli dan menjual barang dengan banyak penjual dan disebut

---

<sup>33</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007, hal. 104.

<sup>34</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014, hal. 25.

<sup>35</sup> Toti Indrawati dan Indri Novita, *Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru*, Vol. 22, No. 1, 2019, hal. 1.

mall, pasar tradisional, toko, dan lainnya. Dalam terbentuknya pasar, ada empat poin yang menjadi kunci ciri munculnya pasar yang menonjol, yaitu:

- a. Ada penjual dan pembeli
- b. Bertemu di tempat tertentu
- c. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli
- d. Penjual dan pembeli mempunyai kedudukan yang sama

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 lokal atau jalan lingkungan dalam kota atau kabupaten, atau kawasan pelayanan lokal atau lingkungan (apartemen) dalam kota atau kabupaten. Jadi dalam hal ini pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi baik perdagangan dalam bentuk barang maupun jasa dengan sistem suka sama suka tanpa menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak baik itu penjual maupun pembeli.<sup>36</sup>

Terdapat dua unsur utama yang menentukan struktur pasar, yakni jumlah pembeli dan juga penjual di pasar, dan tingkat kebakuan produk. Sebaliknya faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh:

- a. Karakteristik produk

Jika produk-produk lain merupakan produk pengganti yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar semakin ketat.

- b. Fungsi produk

Industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan keadaan *increasing return scale* yang outputnya relatif besar dibandingkan dengan permintaan totalnya biasanya jumlah produsennya yang lebih sedikit sehingga tingkat persaingan lebih ringan daripada di dalam industri-industri yang fungsi produknya *constant* atau *decreasing return to*

---

<sup>36</sup> Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007.

*scale* yang masuk ke pasar dengan tingkat output yang relatif kecil dibandingkan dengan permintaan total.

c. Pengaruh pembeli

Jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkat persaingan lebih rendah daripada jika pembelinya banyak.<sup>37</sup>

## 2. Jenis-jenis pasar

Menurut para ahli ekonomi pasar dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Pasar output (pasar barang/pasar produksi), merupakan tempat penjualan output barang dan jasa
- b. Pasar input (pasar faktor produksi, merupakan tempat penjualan jasa faktor produksi).<sup>38</sup>

Dalam hal ini Sukirno menjelaskan bahwa pasar sebagai tempat penjual dan pembeli melakukan interaksi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Pasar barang, pasar barang adalah tempat dimana para penjual dan pembeli melakukan interaksi untuk menentukan jumlah barang atau jasa yang diperjual belikan.
- b. Pasar faktor produksi, pasar faktor produksi adalah tempat dimana pengusaha mengadakan interaksi dengan pemilik-pemilik faktor produksi untuk menentukan harga (pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang dan jasa yang diminta.<sup>39</sup>

Menurut manajemennya, pasar dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Pasar Tradisional

Berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia No.112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa

---

<sup>37</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, hal. 111.

<sup>38</sup> Tri Kunawangsih Pracoyo dan Antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, Jakarta: Grasindo, 2006, hal. 17.

<sup>39</sup> Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, hal. 40.

toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di paasar tradisional.<sup>40</sup>

Pembentukan harga di dalam pasar tradisional secara turun temurun tercipta dari proses tawar menawar yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional memiliki fasilitas seperti kios, toko, los, toilet umum, dan gudang berada di sekitar pasar. Pasar tradisional tidak terlepas dari berbagai isu, baik isu positif maupun isu negatif, isu-isu yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- a) Jarak antara pasar dengan supermarket yang berdekatan.
- b) Tumbuh dengan pesatnya minimarket (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman.
- c) Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang.
- d) Kondisi pasar tradisional secara fisik sangat tertinggal, maka perlu ada program kebijakan untuk melakukan pengaturan.<sup>41</sup>

#### b. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak berinteraksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga, harganya pas dan tidak bisa ditawar, pembayaran dilakukan di kasir (kassa), tempatnya bersih dan sejuk yang

---

<sup>40</sup> Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1.

<sup>41</sup> Mujarad Kuncoro, *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, hal. 83.

membuat pasar ini lebih menarik bagi penduduk lokal dari pada pasar tradisional.<sup>42</sup>

Pasar modern semakin berkembang berdasarkan tuntutan masyarakat yang memiliki keinginan tersedianya pusat perbelanjaan yang bersih, nyaman, aman dan kualitas barang yang dijual terjamin. Namun adanya hal tersebut berakibat pada turunnya eksistensi pasar tradisional di kalangan masyarakat. Padahal ketika berbelanja di pasar modern pembeli tidak memiliki keleluasaan dalam tawar menawar karena kebanyakan harga sudah dibandrol sesuai dengan kebijakan pemilik toko.<sup>43</sup>

Ciri-ciri pasar modern adalah:

1. Alat pembayaran bisa non tunai
2. Tidak terikat pada tempat tertentu
3. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung
4. Harga sudah tertera dan diberi barcode
5. Barang yang dijual beranekaragam dan tahan lama
6. Barang tidak bisa ditawar
7. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri atau swalayan
8. Tempat bersih
9. Ruang ber-AC dan nyaman tidak terkena terik sinar matahari
10. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang
11. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> D. Indriati SCP dan Arif Widiyatmoko, *Pasar Tradisional*, Semarang: Alprin, 2008, hal. 18.

<sup>43</sup> Ranjani, dkk., *Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)*, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 9 No. 1, 2018, hal. 46.

<sup>44</sup> Nel Aryanti, *Analisis Pasar Modern dan pasar tradisional ditinjau dari segi tata letak (Lay Out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 13 No. 01, April 2013, hal. 18.

### 3. Struktur Pasar

Struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, yang pada gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi.<sup>45</sup>

Pada dasarnya struktur pasar dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

#### a. Pasar Persaingan Sempurna

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) *efisiensi*. Dalam analisis ekonomi sering dikatakan bahwa perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Akan tetapi dalam prakteknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, yaitu yang ciri-cirinya sepenuhnya bersamaan dengan dalam teori. Yang ada adalah mendekati ciri-cirinya, yaitu struktur pasar dari berbagai kegiatan di sektor pertanian.<sup>46</sup>

Pasar persaingan sempurna adalah suatu model pasar dimana terdiri dari banyak produsen dan konsumen, komoditi yang diperjual belikan bersifat homogen, masing-masing produsen dan konsumen bebas (mudah) keluar dan masuk pasar, tidak terdapat campur tangan pihak lain (termasuk pemerintah) mengatur pasar, faktor-faktor produksi bebas bergerak dengan sempurna dan baik produsen maupun konsumen benar-benar mempunyai informasi yang lengkap tentang kondisi pasar.

Ciri-ciri pasar persaingan sempurna yaitu:

- a. Perusahaan adalah pengambil harga
- b. Setiap perusahaan mudah untuk keluar masuk
- c. Menghasilkan barang serupa

---

<sup>45</sup> Muhammad Teguh, *Ekonomi Industri*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hal. 15.

<sup>46</sup> Sadono Sukirno, *Mikrekonomi Teori Pengantar Edisi 3*, Jakarta: Erlangga, 2015, hal. 231.

d. Terdapat banyak perusahaan di pasar<sup>47</sup>

b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah kondisi ekonomi kapitalisme dimana terdapat satu atau beberapa penjual dan banyak pembeli. Harga ditentukan oleh penjual, dan masyarakat hanya menerima harga tersebut. Dalam kondisi yang demikian, kehidupan masyarakat dirugikan oleh perilaku kaum kapitalis monopoli. Oleh sebab itu pasar tidak sempurna seyogyanya dikuasai oleh Negara.<sup>48</sup>

Menurut Prawironegoro, dalam pasar persaingan tidak sempurna terdapat:

- a. Pasar Monopoli, yaitu pasar yang hanya terdapat satu penjual dan banyak pembeli. Penjual mutlak menentukan harga, sehingga masyarakat dirugikan. Contoh seperti Pertamina, PLN, dan PDAM.
- b. Pasar Oligopoli, yaitu pasar yang terdapat beberapa penjual dan banyak pembeli. Beberapa penjual tersebut bersatu untuk menentukan harga, sehingga masyarakat dirugikan. Contoh beberapa pabrik semen bersepakat menentukan harga, maka rakyat dirugikan.
- c. Pasar Monopsoni, yaitu pasar yang hanyaterdapat satu pembeli dan banyak penjual, sehingga penjual dirugikan, karena pembeli menentukan harga. Contoh seperti Bulog menentukan harga gabah, maka banyak petani dirugikan.
- d. Pasar Oligopsoni, yaitu pasar yang terdapat banyak penjual produk sejenis dan banyak pembeli. Pasar ini merupakan campuran dari pasar persaingan sempurna dan monopoli. Unsur persaingan sempurna dapat dilihat dari banyaknya penjual, sedangkan unsur monopoli dapat dilihat dari harga

---

<sup>47</sup> Syamri Syamsuddin, *Mikroekonomi Untuk Manajemen Edisi Pertama*, Depok: Rajawali Pers, 2018, hal. 182.

<sup>48</sup> Darsono Prawiro Negoro, *Ekonomi Manajerial Edisi Pertama*, Jakarta: Nusantara Consulting, 2010, hal. 147.

yang ditetapkan oleh produsen berbeda dengan produk jenis lainnya.

#### **4. Fungsi Pasar**

Pasar memiliki tiga fungsi utama sebagai berikut:

a. Pasar berfungsi sebagai pembentuk harga

Dalam hal ini, konsumen yang membutuhkan barang atau jasa tersebut sehingga terjadilah tawar menawar antara kedua belah pihak. Dengan demikian, apabila telah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan bersama tentunya telah diperhitungkan oleh produsen dan konsumen.

b. Pasar berfungsi sebagai sarana distribusi

Pasar berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Produsen dapat berhubungan langsung dengan maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang atau jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi dengan baik jika kegiatan distribusinya sering kali mengalami kendala.

c. Pasar berfungsi sebagai sarana promosi

Pasar menjadi tempat untuk memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang atau jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya kepada konsumen. Promosi dilakukan dengan berbagai cara seperti memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, dan sebagainya. Banyak cara promosi yang dilakukan oleh produsen, membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang akan dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan barang dengan harga murah dan kualitas bagus akan menjadi pilihan konsumen.<sup>49</sup>

#### **5. Konsep Pembentukan Harga Pasar**

Harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, kepuasan penawaran dan permintaan harus terjadi sukarela, dan tidak ada pihak yang merasa perlu untuk berdagang pada tingkat harga itu.<sup>50</sup> Harga pasar ini timbul karena adanya interaksi penawaran dan

---

<sup>49</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk., *Islamic Marketing Management*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017, hal. 5-6.

<sup>50</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003, hal.

permintaan. Konsumen bersedia membeli suatu barang dalam jumlah tertentu dan penjual bersedia melepaskan sejumlah barang/produk pada tingkat harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Oleh karena itu harga pasar yang dimaksud disini mengacu pada tingkat harga tertentu dimana penjual ingin menjual barang dan konsumen ingin membelinya. Jadi harga pasar ini terbentuk dari kompromi harga antara pembeli dan penjual.<sup>51</sup> Allah SWT berfirman dalam QS An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”<sup>52</sup>

Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Menurut ulama tafsir, larangan memakan harta orang lain dalam ayat ini mengandung pengertian yang luas dan dalam, antara lain:

- a. Agama Islam mengakui adanya hak milik pribadi yang berhak mendapat perlindungan dan tidak boleh diganggu gugat.
- b. Hak milik pribadi, jika memenuhi nisabnya, wajib dikeluarkan zakatnya dan kewajiban lainnya untuk kepentingan agama, negara, dan sebagainya.
- c. Sekalipun seseorang mempunyai harta yang banyak dan banyak pula orang yang memerlukannya dari golongan-golongan yang berhak menerima zakatnya, tetapi harta orang itu tidak boleh diambil begitu saja tanpa seizin pemiliknya atau tanpa menurut prosedur yang sah.

Kemudian mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan, karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya

---

<sup>51</sup> Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Gava Media, 2016, hal.54.

<sup>52</sup> Qur'an Surah An-Nisa Ayat 29, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176> , tgl 30 Maret 2023

mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap menyuap, dan sebagainya.

Selanjutnya Allah melarang membunuh diri. Menurut bunyi ayat, yang dilarang dalam ayat ini ialah membunuh diri sendiri, tetapi, yang dimaksud ialah membunuh diri sendiri dan membunuh orang lain. Membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, sebab setiap orang yang membunuh akan dibunuh, sesuai dengan hukum kisas. Dilarang bunuh diri karena perbuatan itu termasuk perbuatan putus asa, dan orang yang melakukannya orang yang tidak percaya kepada rahmat dan pertolongan Allah. Kemudian ayat 29 ini diakhiri dengan penjelasan bahwa Allah melarang orang-orang yang beriman memakan harta dengan cara yang batil dan membunuh orang lain, atau bunuh diri. Itu adalah karena kasih sayang Allah kepada hamba-Nya demi kebahagiaan hidup mereka di dunia dan di akhirat.<sup>53</sup>

Konsep pembentukan harga dalam Islam tercapai karena adanya berbagai aturan perdagangan, dan penetapan harga ini menjanjikan untuk membentuk pasar yang ideal, yang memberkan keuntungan bagi pelaku komersial di pasar. Oleh karena itu, peran pemerintah dalam menstabilkan kondisi pasar sangat diperlukan, karena pada saat itu pemerintah memiliki kekuasaan untuk campur tangan dalam menentukan harga berdasarkan kondisi pasar.<sup>54</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga dalam Islam:

- a. Ketersediaan barang (Supply), yaitu ketersediaan barang atau jasa dalam pasar akan memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sehingga harga secara relatif senantiasa akan berada dalam keseimbangan. Dan sebaliknya kelangkaan akan mendorong spekulasi yang bisa berakibat pada kenaikan harga.
- b. Rekayasa demand (*ba'I najasy*), adalah produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga tinggi, sehingga calon pembeli yang lain tertarik untuk membeli barang dagangannya. *Najasy* dilarang karena dapat menaikkan harga barang-barang yang dibutuhkan pembeli.

---

<sup>53</sup> Tafsir Qur'an Surah An-Nisa Ayat 29, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176>, tgl 30 Maret 2023

<sup>54</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, Jakarta Timur: Zikrul Hakim, 2001, hal.93.

- c. Rekayasa supply (*ba'I ikhtikar*), adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak diedarkan di pasar supaya harga jual meningkat.
- d. *Talaqqi Al-Rukhban*, praktek ini dengan cara mencegat orang-orang yang membawa barang dari desa dan membeli tersebut sebelum tiba di pasar. Rasulullah SAW melarang praktek semacam ini dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kenaikan harga. Rasulullah SAW memerintahkan agar barang-barang langsung dibawa ke pasar agar penyuplay barang dan pembeli bisa mengambil manfaat dari harga yang sesuai dan alami.
- e. Terjadinya *Al-Hasr* (pemboikotan), yaitu distribusi baranghanya terkonsentrasi pada satu penjual atau pihak tertetntu. Perlu penetapan harga disini untuk menghindari penjualan barang tersebut dengan harga yang ditetapkan sepihak dan semena-mena oleh pihak penjual tersebut.
- f. Terjadi koalisi dan kolusi antar penjual (kartel) dimana sejumlah pedagang sepakat untuk melakukan transaksi diantara mereka dengan harga diatas maupun dibawah harga normal.
- g. *Ta'sir* (penetapan harga), merupakan salah satu praktek yang sangat tidak diperbolehkan dalam syari'at Islam.
- h. Larangan *ba'I ba'dh 'ala ba'dh*, yaitu praktek bisnis dengan melakukan lonjakan atau penurunan harga oleh seseorang dimana kedua belah pihak yang terlibat tawar-menawar masih melakukan *dealing*, atau baru akan menyelesaikan penetapan harga. Rasulullah SAW melarang praktek semacam ini karena hanya akan menimbulkan kenaikan harga yang tidak diinginkan.
- i. Larangan *Mask* (pengambilan bea cukai/pungli), yaitu pembebanan bea cukai sangat memberatkan dan hanya akan menimbulkan melambungnya harga secara tidak adil, maka Islam tidak setuju dengan adanya pemungutan bea cukai/pungli ini.
- j. *Tadlis* (Penlipuan, yaitu kondisi dimana penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjual belikan jika salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan.<sup>55</sup>  
*Tadlis* di dalam ekonomi Islam dibagi menjadi dua, yaitu:

---

<sup>55</sup> Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hal. 15.

- 1) Tادلis Kuantitas, yaitu pengelabuan dalam hal jumlah/kuantitas barang, karena ketidak tahuan pembeli. Dalam nash disebutkan tentang pedagang yang mengurangi takaran timbangan. Dengan berkurangnya takaran, maka pembeli merugi karena barang yang didupatkannya lebih sedikit daripada harga yang ia beri.
- 2) Tادلis Kualitas, yaitu menyembunyian cacat dari barang yang dijual. Sehingga pembeli merugi karena ia telah membeli barang cacat yang tidak ia ketahui sebelumnya. Pada masa kini, praktek ini sering rentan terjadi pada kasus jual beli barang elektronik bekas.<sup>56</sup>

## B. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari bahasa revital, merevitaliasasi adalah membuat agar lebih hidup dan lebih giat kembali.<sup>57</sup> Menurut Danisworo, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran.<sup>58</sup> Sedangkan menurut Suryadi, revitalisasi adalah upaya untuk mendaur ulang (*recycle*) dengan tujuan untuk memberikan vitalitas baru, meningkatkan vitalitas yang ada atau bahkan menghidupkan kembali vitalitas yang pernah ada namun telah memudar.<sup>59</sup>

Revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk meningkatkan pasar tradisional agar tetap bisa bersaing dengan pasar modern. Menurut Paskarina dalam Mangeswuri dkk, dasar pertimbangan melakukan kerjasama merevitalisasi pasar tradisional antara lain berubahnya pandangan pasar dari tempat interaksi ekonomi menjadi ruang publik, yang difokuskan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjual belikan.<sup>60</sup> Fungsi pembangunan pasar juga diharapkan tidak hanya mencari keuntungan

---

<sup>56</sup> Singgih Muheramtohad, *Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran Ibn Taimiyah)*, Jurnal At-Taquaddum, Vol. 10 No. 1, 2018, hal. 10.

<sup>57</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2002, hal. 76.

<sup>58</sup> Danisworo, *Pengertian Revitalisasi*, Jakarta: Erlangga, 2002, hal. 76.

<sup>59</sup> Hery Suryadi, dkk., *Kebijakan Revitalisasi Kawasan Pasar Bawah Sebagai Kawasan Wisata Cagar Budaya di Kota Pekanbaru*, Pekanbaru: Fisip UR, 2013, hal. 60.

<sup>60</sup> Ella Alfianita, dkk., *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3 No.5, hal. 760.

finansial dan merupakan langkah untuk meningkatkan perekonomian pedagang kecil serta perlu melibatkan pengembangan untuk dikelola secara kreatif.<sup>61</sup>

Program revitalisasi pasar tradisional merupakan pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamatkan bahwa Pemerintah bekerja sama Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing yang dilakukan dalam bentuk:

1. Pembangunan dan atau revitalisasi pasar rakyat
2. Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional
3. Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing
4. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan , pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Presiden.<sup>62</sup>

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi pasar terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Intervensi fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan meningkatkan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda atau reklame, dan kawasan ruang terbuka. Isu lingkunganpun menjadi penting, sehingga sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan. Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Veka Ferliana, *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Ekonomi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, hal. 32.

<sup>62</sup> Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat 1, 2, 3.

<sup>63</sup> Asep Syahri Romadhon, *Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*, Jurnal Universitas Riau, Jom FISIP, Vol. 4 No. 1, februari, hal. 4.

## 2. Revitalisasi ekonomi

Pembangunan atau revitalisasi perdagangan berupa pasar rakyat melalui revitalisasi ekonomi merupakan upaya perbaikan intermediasi hulu ke hilir pasar rakyat, melalui peningkatan akses terhadap pasokan barang, khususnya terhadap kebutuhan pokok, peningkatan instrumen stabilitas harga, khususnya terhadap kebutuhan pokok.<sup>64</sup>

## 3. Revitalisais Manajemen

Revitalisasi mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti: hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan, fasilitas-fasilitas yang harus tersedia di pasar standar operasional prosedur dan pelayanan pasar.<sup>65</sup>

## 4. Revitalisasi sosial/Institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik, jadi bukan hanya sekedar membuat tempat yang indah. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga. Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.<sup>66</sup>

Pemerintah dan pemerintah daerah baik secara individu sesuai bidang masing-masing melakukan pembinaan, pemberdayaan, dan pengawasan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Dalam rangka pembinaan dan pemberdayaan pedagang tradisional, pemerintah daerah:

1. Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk memberdayakan pedagang pasar tradisional sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Meningkatkan kompetensi perdagangan dan pengelolaan pasar tradisional.

---

<sup>64</sup> Frendy Kurniawan, *Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandarlampung)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung, 2019, hal. 17.

<sup>65</sup> Presidenri, Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional, dalam <http://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program=revitalisasi-pasar-tradisional.html>. Diakses pada tanggal 21 Maret 2023, pukul 00.41.

<sup>66</sup> Ainur Rofiq Adnan, *Konsep Pengentasan Kemiskinan Dalam Pandangan Yusuf Qardhawi*, Jurnal Populis, 2007, hal.72.

3. Memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilaksanakan renovasi atau relokasi pasar tradisional.<sup>67</sup>

Menurut PERMEN No.24/PRT/M/2008 pemeliharaan bangunan gedung merupakan kegiatan untuk menjaga keadaan bangunan beserta menjaga sarana dan prasarannya agar bangunan gedung layak digunakan sebagaimana fungsinya. Adapun hal yang dilakukan dalam pemeliharaan bangunan gedung yaitu pada bagian arsitektur, struktural, dan tata ruang pasar.<sup>68</sup> Sementara itu menurut Budiono mengaitkan revitalisasi sebagai rangkaian upaya untuk menata kembali suatu kondisi kawasan maupun bangunan yang memiliki potensi dan nilai strategis dengan mengendalikan vitalitas suatu kawasan yang mengalami penurunan agar kawasan-kawasan tersebut mendapatkan nilai tambah yang optimal terhadap produktivitas ekonomi, sosial dan budaya kawasan perkotaan.<sup>69</sup>

## C. Pendapatan

### 1. Definisi pendapatan

Pendapatan merupakan suatu bentuk balas jasa yang diterima suatu pihak atas keikut sertaannya dalam proses produksi barang dan jasa. Pendapatan adalah kenaikan jumlah aset yang disebabkan oleh penjualan produk perusahaan, selain itu juga pendapatan didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang maupun jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor. Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia, pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang atau jasa.<sup>70</sup>

Senada Irawan dan Suparmoko menjelaskan bahwa pendapatan seseorang adalah pendapatan yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Menurut pandangan Endang dan Rintar pendapatan adalah

---

<sup>67</sup> Ainur Rofiq Adnan, *Konsep ...*, hal.72.

<sup>68</sup> Khosial, *Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan Kopang Lombok Tengah*, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, JISIP, Vol. 1 No. 2, 2017, hal. 157.

<sup>69</sup> Martokusumo.W, *Revitalisasi Kawasan Kota: Sebuah Catatan Dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*, Info URDI, Vol. 13, 2008, hal. 33.

<sup>70</sup> Rudianto, *Pengantar Akuntansi*, Adapsi IFRS, Jakarta: Erlangga, 2012, hal. 48

jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan yang dihitung setiap hari, minggu, bulan, atau tahun.<sup>71</sup> Sedangkan menurut Boediono pendapatan juga disebut income dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan harga bersama. Secara singkat, income seseorang ditentukan oleh:

- a. Jumlah faktor-faktor yang diproduksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun yang lalu, warisan, atau pemberian.
- b. Harga perunit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar produksi.<sup>72</sup>

Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang maupun jasa. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Jadi pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga masyarakat. Oleh karena itu setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sektor informal atau perdagangan berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sebisa mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.<sup>73</sup>

Pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan perekonomian digunakan untuk dua tujuan, yaitu:

- a. Pendapatan yang digunakan untuk membeli berbagai barang atau jasa yang diperlukan. Dalam perekonomian yang taraf perkembangannya masih rendah, sebagian besar pendapatan yang dibelanjakan digunakan untuk membeli keperluan pokok sehari-hari. Pada tingkat perkembangan

---

<sup>71</sup> Mudjarat Kuncoro, *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, hal. 83.

<sup>72</sup> Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2002, hal. 170.

<sup>73</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hal. 24.

ekonomi yang lebih maju, pengeluaran untuk kebutuhan pokok tidak termasuk pengeluaran terbesar dalam rumah tangga. Pengeluaran yang menjadi sangat penting yaitu pengeluaran untuk pendidikan, pengangkutan, perumahan, dan rekreasi.

- b. Pendapatan yang diterima oleh rumah tangga akan disimpan untuk ditabung. Kegiatan menabung ini dilakukan untuk memperoleh bunga atau dividen. Tabungan juga berfungsi sebagai bentuk cadangan dalam menghadapi berbagai kemungkinan kesulitan yang akan terjadi yang suatu saat akan dialami di masa depan.<sup>74</sup>

## 2. Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan merupakan total penerimaan (uang atau bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Terdapat beberapa klasifikasi pendapatan antara lain:

- a. Pendapatan pribadi

Pendapatan pribadi yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu negara.

- b. Pendapatan *Disposibel*

Pendapatan *Disposibel* yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan *disposibel*.

- c. Pendapatan nasional

Pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam satu tahun.<sup>75</sup>

Menurut Rahardja pendapatan dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:

- 1) Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah aset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer, dan lain-lain.

---

<sup>74</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hal. 21-22.

<sup>75</sup> Sujarno, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan nelayan di Kabupaten Langkat*, Medan: Universitas Sumatera Utara, Medan, 2008, hal. 118-119.

## 2) Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain-lain.

## 3) Pendapatan personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu dalam perekonomian yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.<sup>76</sup>

Cara memperoleh pendapatan juga dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pendapatan kotor, adalah pendapatan dalam proses penjualan sebelum dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan secara langsung.
- b. Pendapatan bersih, yaitu pendapatan kotor dikurangi dengan semua beban usaha atau biaya operasional. Pendapatan bersih atau laba bersih ini merupakan laba yang diperoleh suatu usaha dari aktivitas usaha atau operasinya, belum dikenai biaya pinjaman dana jika ada.<sup>77</sup>

Untuk keperluan manajerial, pendapatan dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

### a. Pendapatan total

Pendapatan total yaitu seluruh pendapatan dari penjualan seperti pendapatan total atau total *revenue* ini adalah hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual perunit.

### b. Pendapatan rata-rata

Pendapatan rata-rata atau pendapatan perunit barang dan jasa (*Average Revenue*) yaitu pendapatan rata-rata dapat juga dirumuskan sebagai hasil bagi dari pendapatan total dengan jumlah unit yang terjual.

### c. Pendapatan tambahan

Pendapatan tambahan atau penerimaan marginal (*Marginal Revenue*) yaitu tambahan pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Boediono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2002, hal. 170-171.

<sup>77</sup> Kuswadi, *Pencatatan keuangan usaha dagang untuk orang-orang awam*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008, hal. 40.

<sup>78</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, hal. 191.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Swastha dan Irawan, faktor-faktor yang mempengaruhi volume pendapatan suatu perusahaan antara lain:

a. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli barang dan jasa meliputi baik tidkanya keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli, frekuensi pembeli, dan selera pembeli. Keadaan pasar yang tertata rapi, bersih, akan menarik pengunjung untuk berbelanja pada pasar sehingga menambah omset penjualan para pedagang.<sup>79</sup>

b. Keamanan dan kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan yang cukup baik ini akan membuat konsumen akan lebih sering datang. Selain kedua hal tersebut lokasi yang memiliki tingkat kebersihan yang baik juga memberikan pengaruh. Sehingga jika ada rasa aman dan nyaman pada diri konsumen ini memberikan pengaruh juga pada pendapatan yang akan tetap stabil bahkan akan meningkat.

c. Lokasi berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan. Lokasi berdagang yang saling berdekatan dengan pesaing akan mendorong pedagang dalam melakukan strategi kompetensi.

d. Modal

Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Sehingga dibutuhkan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar pendapatan dapat meningkat.

e. Jumlah pengunjung

Meningkatkan pendapatan pedagang tidak lepas dari seberapa banyak jumlah kunjungan masyarakat ke pasar. Program revitalisasi ini dilakukan dengan tujuan agar pedagang lebih bisa mengatur berapa banyak dagangan yang harus disediakan dengan area yang diberikan oleh pengelola pasar.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Samsul Ma'arif, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*, Economics Development Analysis Jurnal, Vol. 2 No. 2, 2013, ISSN 2252-6560, hal. 3.

<sup>80</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2008, hal. 201.

#### 4. Konsep Pendapatan dalam Islam

Dalam Islam kekayaan ataupun pendapatan yang dimiliki harus didistribusikan demi mencapai keadilan serta sosial ekonomi yang merata dalam masyarakat. Pada pendapatan yang didapatkan kita harus mengetahui dari mana asalnya pendapatan tersebut dilihat dari halal haramnya serta mengetahui pendapatan tersebut masih berada di jalan Allah SWT atau yang di larangnya. Maka dari itu Islam sangat peduli terhadap kemaslahatan pada umatnya dan dianjurkan dalam hal kebaikan khususnya pada ekonomi. Sehingga masyarakat dianjurkan untuk membagi pendapatan yang dimilikinya terhadap sesama yang membutuhkan seperti dengan memberikan zakat, infaq, dan shadaqah.<sup>81</sup> Dimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Adz-Dzariyat ayat 19:<sup>82</sup>

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.”

Ayat ini menjelaskan bahwa disamping mereka melaksanakan shalat wajib dan sunah, mereka juga selalu mengeluarkan infaq fi sabilillah dengan mengeluarkan zakat wajib atau sumbangan derma atau sokongan sukarela karena mereka memandang bahwa pada harta-harta mereka itu ada hak fakir miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta bagian karena merasa malu untuk meminta.<sup>83</sup>

Ada beberapa aturan tentang pendapatan dalam konsep Islam, yaitu:

- a. Adanya harta (uang) yang dikhususkan untuk perdagangan.
- b. Mengoprasikan modal tersebut secara interaktif dengan unsur-unsur lain yang terkait produksi, seperti usaha dan sumber-sumber alam.
- c. Memposisikan harta sebagai obyek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan pertambahan atau pengurangan jumlahnya.
- d. Modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan.<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> Husein Syahatah, *Pokok-pokok Pemikiran Akuntansi Islam*, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001, hal. 150.

<sup>82</sup> Qur'an Surah Adz-Dzariyat Ayat 19, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/51?from=19&to=60> tgl 30 Maret 2023.

<sup>83</sup> Tafsir Qur'an Surah Adz-Dzariyat Ayat 19, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/51?from=19&to=60> tgl 30 Maret 2023.

<sup>83</sup>

<sup>84</sup> Husein Syahatah, *Pokok-pokok ...*, hal. 150.

Islam sangat menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria islam secara umum dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan, yaitu:

a. Kelayakan dalam penetapan laba

Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Batasan laba ideal dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peran uang sehingga pada gilirannya akan membawa pada pertumbuhan laba.

b. Keseimbangan antara tingkat kesulitan laba

Islam menghendaki adanya keseimbangan antara laba dengan tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal. Semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi pula yang diinginkan pedagang.

c. Masa perputaran modal

Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha, yaitu semakin panjang perputaran dan bertambahnya tingkat resiko maka semakin besar laba yang diinginkan. Begitu juga sebaliknya, berkurangnya tingkat bahaya maka pedagang akan menurunkan standar labanya.

d. Cara menutupi harga jual beli dengan tunai

Cara menutupi harga jual beli dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan kredit, dengan syarat adanya keridhoan diantara keduanya.<sup>85</sup>

## **D. Pedagang**

### **1. Definisi Pedagang**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang.<sup>86</sup> Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang dan jasa kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Pedagang dikategorikan menjadi:

- a. Pedagang menengah/Agen/Grosir, adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen

---

<sup>85</sup> Husein Syahatah, *Pokok-pokok ...*, hal. 167.

<sup>86</sup> Ahmad A.K Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia cetakan pertama*, Surabaya: Reality Publisher, 2006, hal. 167

tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan atau pedagang tertentu yang lebih kecil dari kekuasaan distributor.

- b. Pedagang eceran, adalah pedagang yang menjual barang yang dijual langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.<sup>87</sup>

Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang. Secara bahasa dikenal dengan istilah *al-bay'* dan *as-syira'*. *Al-bay'* berarti saling menukar sebagai lawan dari *as-syira'* yang berarti membeli. Kata *al-bay'* terkadang berarti *as-syira'* dan sebaliknya yang berarti jual beli karena sesuatu yang dijual otomatis dibeli oleh pihak lain. Secara definisi syari'ah, perdagangan atau jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta sebagai pengalihan pemikiran melalui jalan saling meridhoi. Definisi ini mengandung pengertian yang mencakup segala bentuk tukar menukar, baik barang dengan barang, barang dengan uang, ataupun uang dengan uang.<sup>88</sup>

## 2. Dasar Hukum Berdagang

Berdagang adalah aktivitas paling umum dilakukan di pasar, oleh karena itu aktivitas berdagang diperbolehkan dalam islam.<sup>89</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Furqan ayat 20:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنْ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ ۗ وَجَعَلْنَا  
بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا

“Dan kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelum kamu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan kami jadikan sebagian kamu cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar ? ; Dan adalah Tuhanmu Maha Melihat.”<sup>90</sup>

Pada ayat ini Allah menjelaskan kepada Nabi Muhammad SAW bahwa rasul-rasul sebelumnya juga makan dan minum seperti dia. Kecaman-kecaman

---

<sup>87</sup> Albara, *Analisa Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, Jurnal Academia, Vol. 5 No. 6, 2016, hal. 247.

<sup>88</sup> M. Ismail Yusanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam cetakan kedua*, Bogor: Al-Azhar Press, 2011, hal. 234.

<sup>89</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam Cetakan Kedua*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 158.

<sup>90</sup> Qur'an Surah Al Furqan Ayat 20, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=20&to=77> tanggal 30 Maret 2023.

orang kafir terhadap dirinya amat menyakitkan Muhammad, kecaman-kecaman itu bukan semata-mata kecamana saja, bahkan mengandung hinaan yang sangat merendahkan dirinya padahal dia adalah seorang Rasul yang dimuliakan Allah. Maka untuk menghibur dan meringankan tekanan batin yang diderita Nabi Muhammad SAW yang disebabkan kecaman dan hinaan itu, Allah menyatakan kepadanya bahwa dia tidak pernah mengutus seorang rasul sebelumnya seperti yang dikendaki oleh orang-orang kafir Makkah itu. Semua rasul yang diutusny adalah manusia yang tidak bebas dari sifat-sifat manusiawinya, tetapi membutuhkan makanan dan minuman, tetap berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi perbedaan antara manusia sebagai Rasul dan manusia pada umumnya terletak pada keutamaan pribadinya, ketinggian akhlaknya, kesucian hati dan keikhlasannya dalam menunaikan tugasnya. Karena itu diturunkanlah wahyu Allah kepadanya dan dikuatkan pula dengan mukjizat-mukjizat yang tidak dapat manusia menandinginya apalagi mengalahkannya. Maka ejekan dan kecaman orang kafir itu amat jauh dari sasarannya, tidak wajar dilontarkan kepada Nabi Muhammad SAW.<sup>91</sup>

Ada perangkat atau ketentuan yang harus dipenuhi dan dipatuhi saat akan melakukan aktivitas berdagang yang sesuai dengan Ekonomi Syari'ah, diantaranya yaitu:

a. Komoditi barang atau jasa yang diperdagangkan

Barang atau jasa yang diperdagangkan harus halal. Tidak dibenarkan memperjual belikan barang atau jasa yang haram oleh syariat. Disamping halal, barang yang diperdagangkan harus jelas, dan tidak dibenarkan memperdagangkan komoditi yang tidak jelas atau samar.

b. Pelaku perdagangan

Penjual dan pembeli harus memenuhi syarat *aqil* dan *baligh* untuk dapat melaksanakan transaksi perdagangan. Persyaratan ini dimaksudkan untuk melindungi keduanya dari tindakan penipuan dan tindakan lain yang merugikan. Dan kedua belah pihak harus memiliki etika akhlak yang mulia

---

<sup>91</sup> Tafsir Qur'an Surah Al Furqan Ayat 20, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=20&to=77> tanggal 30 Maret 2023.

seperti *shiddiq*, *amanah*, tidak menipu, menepati janji, murah hati, dan tidak melupakan akhirat.

c. Tempat

Perdagangan hendaknya dilakukan di tempat yang baik memungkinkan penjual dan pembeli dapat melakukan tawar menawar dan saling merelakan dalam bertransaksi.

d. Proses perdagangan

Proses perdagangan harus dilakukan sesuai syariat, untuk keperluan ini harus dipenuhi adanya *aqid* (pihak yang melakukan akad jual beli yaitu penjual dan pembeli), *ma'qud 'alaih* (barang yang diperjual belikan), *sighat ijab* dan *qabul*.<sup>92</sup>

## E. Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pasar dalam Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang aturannya bernafaskan pada ajaran-ajaran Islam, di dalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu intervensi harga seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Pentingnya jual beli sebagai salah satu sendi perekonomian dapat dilihat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”<sup>93</sup>

Orang-orang melakukan praktek riba, usaha, tindakan dan seluruh keadaan mereka mengalami kegoncangan, jiwanya tidak tenteram. Perumpamaannya seperti orang yang dirusak akalunya oleh setan sehingga terganggu akibat gila yang dideritanya. Mereka melakukan itu, sebab mereka mengira jual-beli sama dengan riba: sama-sama

---

<sup>92</sup> Achmat Subekan, “Mengenal Etika Dagang Syariah”, artikel diakses pada 23 Maret 2023 dari <https://bppk.kemenkeu.go.id/id/publikasi/artikel/150-artikel-keuangan-umum/21129-mengenal-etika-dagang-syariah>.

<sup>93</sup> Qu'an surah Al-Baqarah ayat 275, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=286> tanggal 30 maret 2023.

mengandung unsur pertukaran dan usaha, kedua-duanya halal. Allah membantah dugaan mereka itu dengan menjelaskan bahwa masalah halal dan haram bukan urusan mereka. Dan persamaan yang mereka kira tidaklah benar. Allah menghalalkan praktek jual beli dan mengharamkan praktek riba lalu meninggalkannya, maka baginya riba ang diambilnya sebelum turun larangan, dengan tidak mengembalikannya. Dan urusannya terserah kepada ampunan Allah. Dan orang yang mengulangi melakukan riba setelah diharamkan, mereka itu adalah penghuni neraka dan akan kekal di dalamnya.<sup>94</sup>

Kondisi para pemakan riba yang berjalan tidak normal, disebabkan mereka tetap kukuh berpendirian bahwa jual beli itu sama saja dengan riba. Padahal Allah dengan tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Meski keduanya sama-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan mendasar yang signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab risiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi itu sendiri.<sup>95</sup>

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, tetapi juga aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar menjadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan perbuatan ketidakadilan yang menzalimi pihak lain, antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi pasar.<sup>96</sup> Dalam islam, transaksi terjadi secara sukarela sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>97</sup>

Pada dasarnya larangan (mengharamkan) orang-orang beriman dari kemungkinan melakukan usaha ekonomi untuk kemudian memakan dan menikmati hasilnya dengan cara-cara yang batil. Adapun yang dimaksud dengan kata memakan (*Ta'kulu*) dalam ayat ini adalah mengambil atau memperoleh. Sedangkan diantara

---

<sup>94</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 1*, Jakarta: Lentera Hati, 2022, hal. 587-594.

<sup>95</sup> Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ekonomi: Teks, Terjemahan, dan Tafsir*. Jakarta: Amzah, 2015, hal. 174.

<sup>96</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013, hal. 201.

<sup>97</sup> Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176> tanggal 30 maret 2023.

kamu (*Bainakum*), ini mengingat harta kekayaan yang diharamkan itu pada umumnya diperoleh melalui perantara transaksi ekonomi yang sudah tentu melibatkan para pihak dalam hal ini pemakan dengan yang dimakan yang diperoleh dari transaksi para pihak itu sendiri. Adapun yang dimaksud dengan cara-cara yang batil adlah cara usaha ekonomi yang diharamkan agama, misalnya yaitu seperti perjudian, praktik ribawi, penipuan, dan lain-lain. Al Qur'an hanya memperbolehkan orang-orang beriman untuk melakukan usaha ekonomi yang dilakukan atas dasar saling rela antara parah pihak yang melakukan transaksi jual beli yang dihalalkan oleh Allah.<sup>98</sup>

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, Negara, dan individu berada dalam keseimbangan, tidak boleh ada subordinat sehingga salah satunya menajdi dominan dari pihak lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Akan tetapi, pasar yang berjalan sendiri secara adil kenyataannya sulit ditemukan. Distorsi pasar tetap sering terjadi sehingga dapat merugikan para pihak.<sup>99</sup>

## 1. Konsep Pasar yang Islami

Pada dasarnya konsep pasar Islam sesuai dengan apa yang disebut ekonomi konvensional sebagai pasar persaingan sempurna (*perfectly competitive market plus*), persaingan dalam kernaangka nilai dan moral islam. Di indonesia sendiri, pasar umumnya cenderung hanya mengejar keuntungan sebesar-besarnya dan hanya menguntungkan satu pihak saja. Berbeda dengan konsep islami tentang pasar, dimana islam sendiri mengutamakan kepentingan yang luas dalam melakukan kegiatan ekonomi dan dikaitkan dengan penegakan kepentingan dan keadilan yang lebih besar. Selain itu, islam lebih menekankan norma etika dan hukum yang tinggi dimana operator ekonomi melakukan kegiatan mereka. Hukum islam juga merupakan norma universal karena menetapkan norma-norma yang mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan. Standar tersebut meliputi: keadilan, keterbukaan, dan kejujuran. Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam, islam menolak konsep pasar dalam bentuk persaingan bebas tanpa batas sehingga mengabaikan norma dan etika. Aktivitas pasar harus mencerminkan persaingan yang sehat , jujur, terbuka, dan adil.<sup>100</sup>

---

161. <sup>98</sup> Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ekonomi: Teks, Terjemahan, dan Tafsir*. Jakarta: Amzah, 2015, hal.

<sup>99</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi...*, hal. 203.

<sup>100</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007, hal. 91.

Islam juga menegaskan bahwa pasar harus berada diatas prinsip persaingan sempurna (perfect competition). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibingkai dengan nilai-nilai syari'ah. Dalam Islam, transaksi terjadi secara sukarela. Menurut Al-Ghazali, dalam melakukan perniagaan tidak hanya untuk mencari keuntungan yang besar saja, seperti pada sistem kapitalisme. Keuntungan yang sesungguhnya harus dicari yaitu keuntungan dunia dan akhirat, bukan hanya keuntungan dunia saja.<sup>101</sup> Prinsip dalam ekonomi islam adalah harus ada keadilan dan keseimbangan. Identitas utama dalam usaha ekonomi adalah islam menganut pola bagi hasil yang dipahami bahwa akan ada bentuk keuntungan dan kerugian yang dinikmati dan ditanggung oleh semua pihak yang terlibat dalam usaha ekonomi tersebut. Konsep ini memberikan gambaran tentang prinsip keseimbangan dan keadilan karena adanya pembagian keuntungan dan kerugian yang dibagi dan ditanggung diantara pelaku ekonomi tersebut secara seimbang dan proporsional. Prinsip keadilan sebagai persyaratan mutlak dalam usaha perdagangan antara sesama umat manusia. Adil berarti seseorang harus diperlakukan sesuai haknya, tanpa ada diskriminasi dan penekanan, tidak hanya kepada sesama umat islam tetapi juga kepada siapa saja walaupun kepada orang-orang yang tidak disukai.<sup>102</sup>

## **2. Peranan Pasar dalam Perekonomian Islam**

Kapitalisme melihat pasar sebagai mekanisme yang dapat menyelesaikan semua masalah ekonomi. Pertanyaan inti ekonomi, apa yang harus diproduksi (what), bagaimana cara untuk memproduksi (how), dan untuk siapa (for whom) barang dan jasa sepenuhnya dijawab oleh pasar. Pasar memainkan peranan penting dalam distribusi barang yang diproduksi oleh produsen. Pasar juga merupakan tempat pembentukan harga, seperti harga keseimbangan pasar. Pasar juga menjadi wahana bagi produsen untuk meluncurkan produknya. Pentingnya pasar dalam Islam tidak lepas dari fungsinya sebagai tempat kegiatan jual beli. Mengingat jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang “diperbolehkan” tanpa ada unsur penipuan dan pengkhianatan, serta jual beli bisa sah, hanyalah dengan saling merelakan.<sup>103</sup>

Islam sangat menghargai posisi pasar sebagai wahana alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi. Ajaran islam menempatkan pasar pada posisi yang proporsional,

---

<sup>101</sup> Ain Rahm, *Mekanisme Pasar dalam Islam, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 4. No 2. 177-192, 2015.

<sup>102</sup> Jalaluddin Al-Mahalli & Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsil Al-Quran Al-Adzim lil-Imam Al-Jalalain*, Darul Ilmi Surabaya, hal. 97.

<sup>103</sup> Zainuddin Al-Malibari, *Fathul Mu'in Syarah Qurrotul Ain*, Darul Ilmi Surabaya.

berbeda dengan pandangan kapitalisme maupun sosialisme yang ekstrim. Pandangan Islam ini secara garis besar adalah:

- a. Pasar memiliki kelebihan sekaligus kekurangan. Mekanisme pasar tidak dianggap sebagai sesuatu yang telah sempurna atau baku sehingga tidak perlu ada intervensi dan rekayasa apapun (taken for granted). Intervensi seperlunya diperlukan agar mekanisme pasar berjalan sesuai dengan kepentingan perekonomian yang Islami.
- b. Pasar tidak ditempatkan sebagai satu satunya mekanisme distribusi yang utama dalam perekonomian, tetapi hanya merupakan salah satu dari berbagai mekanisme yang diajarkan dalam syariah Islam, karenanya perekonomian yang Islami akan mengkombinasikan pendekatan pasar dengan non pasar.<sup>104</sup>

Mekanisme pasar kapitalisme, pelaku pasar termotivasi oleh nilai-nilai materialis dan kecintaan terhadap sebuah komoditas. Sedangkan dalam system ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan atas etika dan nilai-nilai syariah; baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun imbauan.

### 3. Peran Pemerintah dalam Pasar

Untuk menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna, peran pemerintah sangat penting. Islam mengatur dan mengawasi pasar secara ketat. Salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pasar adalah *Al-Hisbah*, *Al-Hisbah* adalah sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika kebaikan dan keadilan secara nyata dilanggar atau tidak dihormati. Lembaga ini juga melarang kemunkaran dan ketidakadilan ketika hal tersebut sedang dilakukan. Cikal bakal *Al-Hisbah* telah ada sejak zaman Rasulullah SAW ditandai dengan ditunjuknya *Mustahib* (seseorang yang bertugas melaksanakan *Hisbah*) diberbagai tempat. *Al-Hisbah* mulai dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Umar bin Khatab dengan cara menunjuk seorang perempuan untuk mengawasi pasar dari tindakan-tindakan penipuan.<sup>105</sup>

*Al-Hisbah* merupakan lembaga yang berfungsi untuk memerintahkan kebaikan sehingga menjadi kebiasaan dan melarang hal buruk ketika hal itu telah menjadi kebiasaan umum. Tujuan *Al-Hisbah* menurut Ibnu Taimiyah adalah *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* (kebaikan dan mencegah keburukan) dalam wilayah yang menjadi

---

<sup>104</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta, 2007, hal. 87.

<sup>105</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi...*, hal. 206.

kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah umum, khususnya yang tidak dapat dijangkau oleh institusi biasa. Dalam bukunya *Al-Hisbah fil Islam*, Ibnu Taimiyah banyak mengungkap tentang peranan *Al-Hisbah* pada masa Rasulullah SAW. Rasulullah SAW sering melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Dalam inspeksinya beliau sering menemukan praktik bisnis yang tidak jujur sehingga beliau menegurnya. Rasulullah SAW juga telah memberikan banyak pendapat, perintah ataupun larangan demi sebuah pasar yang islami.<sup>106</sup>

Menurut Ibnu Khaldun eksistensi pemerintah adalah untuk memastikan agar setiap orang dapat memenuhi tujuan syari'ah baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Intervensi pemerintah dalam pasar bukan hanya bersifat temporer dan minor, tetapi ia mengambil peranan yang besar dan penting. Pemerintah dapat bertindak sebagai perencana, pengawas, pengatur, produsen sekaligus konsumen bagi pasar.

Peran pemerintah dalam mekanisme pasar sebagai berikut:

- a. Secara umum memastikan dan menjaga agar mekanisme pasar dapat bersaing dengan sempurna. Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan dalam persaingan.
- b. Membuat berbagai langkah untuk meningkatkan daya saing dan daya beli dari pelaku pasar yang lemah. Termasuk dalam hal ini menciptakan berbagai skenario kerjasama diantara para pelaku pasar misalnya antara produsen besar dengan produsen kecil.
- c. Mengambil berbagai kebijakan untuk menciptakan harga yang adil, terutama seandainya persaingan yang sempurna tidak memungkinkan terjadi pada pasar.<sup>107</sup>

Terjadinya kegagalan pasar karena ketidakmampuan dari suatu perekonomian pasar untuk berfungsi secara efisien dan menimbulkan kegagalan dalam kegiatan dan pertumbuhan ekonomi, mendorong pemerintah untuk menjalankan beberapa kegiatan ekonomi. Berdasarkan kelemahan dari mekanisme pasar, dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari campur tangan pemerintah adalah untuk:

---

<sup>106</sup> M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syari'ah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hal. 230.

<sup>107</sup> M. Arif Hakim, *Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar*, Jurnal Iqtishadia, vol. 8 No. 1, 2015, hal. 37.

- a) Menjamin agar kesamaan hak untuk setiap individu tetap terwujud dan penindasan dapat dihindarkan.
- b) Menjaga agar perekonomian dapat tumbuh dan mengalami perkembangan yang teratur dan stabil.
- c) Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan besar yang dapat mempengaruhi pasar agar mereka tidak menjalankan praktek-praktek monopoli yang merugikan.
- d) Menyediakan barang bersama yaitu barang-barang seperti jalan raya, polisi, dan tentara yang penggunaannya dilakukan secara kolektif oleh masyarakat untuk mempertinggi kesejahteraan sosial masyarakat.
- e) Mengawasi agar eksternalitas kegiatan ekonomi yang merugikan masyarakat dihindari atau dikurangi masalahnya.<sup>108</sup>

#### 4. Mekanisme Pasar dalam Islam

Dalam konsep Ekonomi Islam, penentuan harga dilakuka oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran tersebut haruslah terjadi secara suka rela, tidak ada pihak yang merasaterpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan suka rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas penderitaan pihak lain.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. *Ar-Ridha*, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas sadar keralaan antara masing-masing pihak (*Freedom Contract*).
2. Berdasarkan persaingan sehat (*Fair Competition*), mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ikhtikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
3. Kejujuran (*Honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam benuk apapun, sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan bentuk apapun, sebab nilai

---

<sup>108</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, hal. 44.

kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.

4. Keterbukaan (*Trasparancy*) serta keadilan (*Justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.<sup>109</sup>

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang seperti:

1. *Talaqqi Rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapat harga yang baik untuk kualitas buruk.
4. Transaksi *Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
5. *Ikhtikar* dilarang, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
6. *Ghaban Faa-hisy* (Besar) dilarang, yaitu menjual diatas harga pasar.<sup>110</sup>

Dalam konsep Islam, monopoli atau dalam artian hanya ada satu penjual atau beberapa penjual tidak dilarang keberadaannya, selama mereka tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal.

#### **a. Mekanisme pasar pada masa Rasulullah SAW**

Pada setiap perekonomian, pasar memegang peran penting termasuk dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah SAW, Khulafaur Rasyidin, dan sebagian besar sahabat. Pada usia tujuh tahun Rasulullah SAW diajak pamannya Abu Thalib melakukan perjalanan

---

<sup>109</sup> Veka Ferlina, *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Tugu Bandar Lampung)*, Bandar Lampung: Universitas Raden Intan Lampung, 2018, hal.49.

<sup>110</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami Edisi Keempat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hal. 153.

perdagangan ke negeri Syam, dari sinilah ilmu perniagaan beliau dapat. Sejalan dengan usia yang semakin dewasa Rasulullah SAW semakin giat berdagang. Setelah menjadi saumi dari Khadijah pun beliau tetap aktif berbisnis termasuk berdagang di pasar-pasar lokal sekitar kota Makkah.

Rasulullah SAW seorang pedagang profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran, beliau mendapat julukan *Al-Amin* (yang terpercaya), ketika masyarakat muslim telah berhijrah ke Madinah peran Rasulullah SAW bergeser menjadi pengawas pasar. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah agar tetap berlangsung secara Islami. Pada saat itu mekanisme pasar sangat dihargai, Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga ketika tingkat harga di Madinah tiba-tiba naik. Selama kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak disertai dengan dorongan monopolistik, tidak ada lagi alasan bagi Rasulullah SAW untuk tidak menghormati harga pasar. Dari Ibnu Mughirah terdapat riwayat ketika Rasulullah SAW melihat seorang laki-laki menjual makanan dengan harga yang lebih tinggi daripada harga pasar. Rasulullah SAW bersabda “Orang-orang yang beriman yang datang membawa barang ke pasar ini laksana orang berjihad fisabilillah, sementara orang yang menaikkan harga (melebihi harga pasar) seperti orang yang ingkar kepada Allah SWT.”

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasarkan ketentuan Allah SWT bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka, agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan bagi pelakunya, nilai moralitas yang mendapat perhatian penting dalam pasar adalah persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, untuk itu Rasulullah SAW telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar Islami.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syari'ah Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hal.221.

## **b. Mekanisme pasar menurut Ibnu Taimiyah**

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Beliau mengemukakan naik turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh kezaliman orang-orang tertentu. Kadang hal tersebut disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Oleh karena itu, apabila persediaan barang meningkatkan dan permintaan terhadapnya menurun, harga pun turun.<sup>112</sup>

Kelangkaan atau kelimpahan bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu disebabkan oleh kezaliman. Hal ini adalah kemahakuasaan Allah SWT yang telah menciptakan keinginan hati manusia. Menurut Ibnu Taimiyah, penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor, perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.<sup>113</sup>

Ibnu Taimiyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif. Dengan tetap memperhatikan pasar yang tidak sempurna, ia merekomendasikan bahwa bila penjual melakukan penimbunan dan menjual pada harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga normal padahal orang-orang membutuhkan barang ini, maka para penjual diharuskan untuk menjualnya pada tingkat harga yang ekuivalen. Konsep ini bersamaan dengan apa yang disebut sebagai harga yang adil, apabila ada elemen monopoli khususnya pada pasar makanan dan kebutuhan pokok lainnya, pemerintah harus turun tangan melarang kekuatan monopoli.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hal. 99.

<sup>113</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Kelima*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, hal. 170.

<sup>114</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Kelima*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, hal. 173.

### BAB III

## GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

### A. Letak Geografis Kawasan Pasar Johar

Pasar Johar terletak di Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang. Lebih tepatnya berada di Jalan KH. Agus Salim, Kauman, dengan kode pos 50188. Adapun batas-batas pasar Johar adalah sebagai berikut:

Sisi Utara : Johar Trade Center

Sisi Selatan : Jalan Wahid Hasyim yang menghubungkan kawasan ini ke arah timur ke kawasan pecinan

Sisi Barat : Jalan Pemuda yang menghubungkan Kota Lama

Sisi Timur : Berbatasan dengan edge Kota Lama



*Gambar 2 Peta Pasar Johar Semarang*

Gambar di atas adalah foto kawasan pasar Johar jika dilihat dari atas. Pasar Johar berada di lokasi yang strategis karena berada di jantung kota Semarang, jadi untuk akses menuju pasar Johar dapat dikatakan sangat mudah karena dapat dijangkau dengan transportasi apapun. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang. Kota Semarang merupakan salah satu Kota di Provinsi Jawa Tengah yang terletak antara 6 50° - 7 10° Lintang Selatan dan garis 109 25° - 110 50° Bujur Timur, dengan batas-batas sebelah utara dengan Laut Jawa, sebelah Timur dengan Kabupaten Demak, Sebelah Barat dengan Kabupaten Kendal, dan Sebelah Selatan dengan Kabupaten

Semarang. Suhu udara di Kota Semarang berkisar antara 20-30° celcius dan suhu rata-rata 27° celcius, Kota Semarang memiliki luas 373,70 km atau 37.366.836 Ha terdiri dari 16 kecamatan dan 117 kelurahan.

## **B. Sejarah dan Perkembangan Pasar Johar Semarang**

Pasar Johar di Semarang, Jawa Tengah adalah salah satu tempat bersejarah di Indonesia. Pasar ini dibangun pada masa Hindia Belanda, dan telah menjadi saksi bisu perjalanan ekonomi lokal di Kota Semarang. Menurut situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, sejarah pasar Johar dimulai pada tahun 1860. Pada waktu itu, pasar Johar hanyalah sebuah pasar sederhana yang terletak di sebelah timur Alun-Alun Kota Semarang. Dulu banyak orang berdagang di depan penjara di sebelah timur alun-alun kota, orang-orang yang berdagang itu melayani para keluarga tahanan yang menunggu jam kunjungan di bawah pohon-pohon Johar.

Keberadaan pohon Johar tersebut merupakan hadiah dari Sunan Pandanaran yang tak ingin kawasan tersebut kumuh dan kotor oleh tenda-tenda pedagang. Kemudian, kanjeng Sunan memerintahkan penanaman pohon Johar untuk memberikan tempat berteduh kepada para pedagang dan keluarga pengunjung. Barang yang dijual adalah hasil kebun seperti buah-buahan, jagung, ketela pohon, dan pisang. Pada waktu itu, para pedagang dianggap tidak mengganggu lalu lintas dan bahkan dizinkan oleh pemerintah Kota untuk melanjutkan kegiatan mereka. Sampai petugas sapu Pasar Damaran yang berdekatan juga memungut sejenis retribusi dari para pedagang. Pada tahun 1931, Pemerintah Kota berencana membangun pasar yang lebih besar dengan menggabungkan pasar-pasar yang sudah ada sebelumnya, yaitu Pasar Johar, Beteng, Pekojan, Pedamaran, dan Jurnatan.

Johar dipilih sebagai lokasi pasar tersebut karena lokasinya yang strategis. Oleh karna itu, untuk keperluan pembangunan, gedung penjara dihancurkan dan pohon-pohon Johar ditebang. Kemudian pada tahun 1933, Ir. Thomas Karsten, seorang arsitek Belanda, diminta untuk mendesain pasar pusat dengan bentuk dasar yang mirip dengan Pasar Jatingaleh. Melalui kajian mendalam, desain tersebut diubah untuk menyesuaikan dengan iklim, cuaca, dan perilaku masyarakat Semarang. Hasilnya adalah sebuah karya arsitektur yang luar biasa. Arsitektur pasar Johar yang dirancangan oleh Thomas Karsten memungkinkan sinar matahari masuk ke ssetiap sudut pasar tanpa menimbulkan panas berlebihan, udara juga bisa keluar masuk dengan baik. Dengan

arsitektur dan manajemen yang baik, pada tahun 1955, Pasar Johar diakui sebagai pasar terbesar dan terbaik di Asia Tenggara.<sup>115</sup>

Dalam perkembangannya, pasar Johar semakin membesar. Para pedagang bukan hanya warga asli Semarang tetapi banyak warga luar Semarang yang juga mencoba peruntungan. Dari karakteristik pedagang akhirnya memunculkan berbagai karakter sesuai etnis dan tradisi mereka. Penyebab pasar Johar selalu ramai dan tak kalah oleh pasar modern adalah harga terjangkau yang bisa ditawar. Ruh pasar adalah tawar menawar. Adrenalin pembeli dalam menawar harga terpacu saat pembeli menawar separuh harga yang di berikan oleh pedagang. Bisa jadi sekali tawar langsung diberikan. Pasar Johar akhirnya tak hanya melayani pedagang dan pembeli di Semarang saja namun mencakup hingga luar Semarang karena memiliki skala pelayanan hingga tingkat regional Jawa Tengah. Itulah yang menjadikan pasar Johar menjelma menjadi ikon kota Semarang sampai saat ini.<sup>116</sup>

Pasar Johar menjadi semakin ramai dan memerlukan perluasan ruang. Setelah melalui proses pengkajian, ahirnya diadakan perluasan Pasar Johar dengan menebang pohon johar dan membangun los baru. Sampai dengan saat pasar ini masih dimiliki oleh pertikelir (swasta). Pada tahun 1931 itu gedung penjara tua yang terletak di dekat pasar Johar dibongkar sehubungan dengan rencana pemerintah kota untuk mendirikan Pasar Central Modern. Pasar Central lantas memang didirikan dengan tujuan mempersatukan fungsi lima pasar yang telah ada, yaitu pasar Johar, pasar Pedamaran, pasar Beteng, pasar Juratan, dan pasar Pekojan. Adapun tapak pasar yang akan direncanakan melihat tapak pasar Pedamaran, pasar Johar, ditambah tapak rumah penjara, beberapa toko, sebagian halaman Kanjengan dan sebagian alun-alun.<sup>117</sup>

Dalam perkembangannya, pasar Johar semakin berkembang menjadi lebih besar. Para pedagang bukan hanya penduduk lokal semarang, tetapi juga banyak orang dari luar Semarang yang juga mencari keberuntungan untuk berdagang di pasar Johar. Karakteristik para pedagang akhirnya melahirkan berbagai karakter, etnis, dan tradisi mereka. Alasan mengapa pasar Johar selalu ramai dan dapat bersaing dengan pasar modern adalah harag yang terjangkau dan dapat ditawar, jiwa dari pasar sendiri yaitu

---

<sup>115</sup>Fimela, "Mengenal Asal Muasal Pasar Johar Semarang", <https://www.fimela.com/lifestyle/read/2230002/mengenal-asal-muasal-pasar-johar-semarang>, (dikutip pada 20 April 2023 Pukul 09.00 WIB).

<sup>116</sup> Situs Budaya, "Sejarah Pasar Johar Semarang", <https://situsbudaya.id/sejarah-pasar-johar-semarang/>, (dikutip pada 20 April 2023 Pukul 09.10 WIB).

tawar menawar. Adrenalin pembeli akan terpicu ketika mereka menawar dengan separuh harga yang ditawarkan oleh para pedagang, dan kesepakatan akan tercapai dalam satu kali negosiasi. Pasar Johar akhirnya tidak hanya melayani pembeli di Semarang, tetapi juga meluas hingga ke seluruh Jawa Tengah. Inilah yang membuat pasar Johar menjadi ikon Kota Semarang hingga saat ini.<sup>118</sup>

### **C. Visi dan Misi Pasar Johar Semarang**

1. Visi:

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

2. Misi:

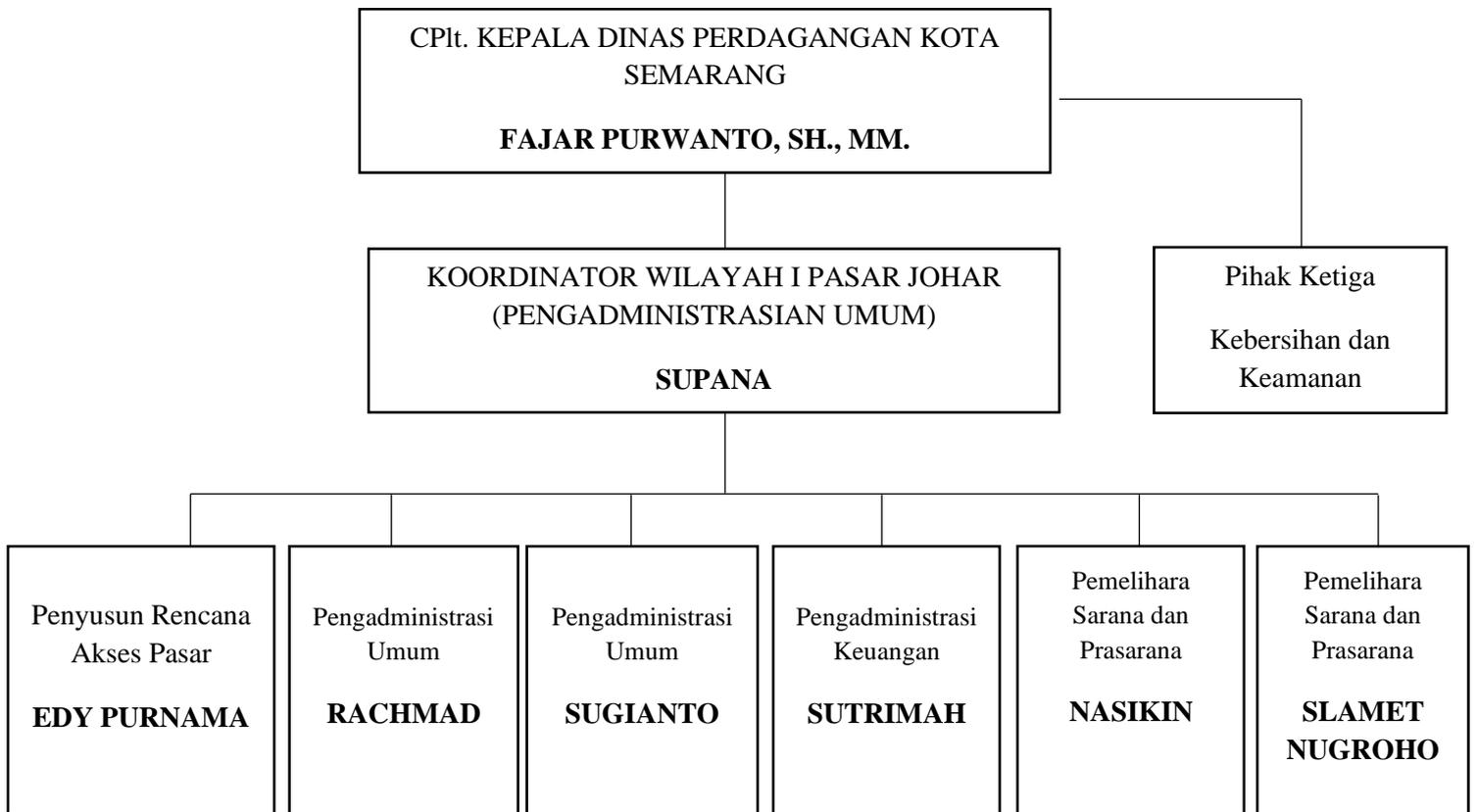
- a. Mewujudkan kondisi pasar yang nyaman, aman, tertib, bersih, dan tertata.
- b. Mewujudkan manajemen yang baik.
- c. Mewujudkan pertumbuhan perpasaran yang efektif, produktif, dan merata.
- d. Mewujudkan pengelolaan dan petugas yang baik dan berkualitas.
- e. Mewujudkan pedagang berperan aktif dalam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

---

<sup>118</sup> Supana, *wawancara pengurus pasar*, Semarang, 2 Februari 2023.

## D. Struktur Organisasi

*Gambar 3 Struktur Organisasi Koordinasi Wilayah 1 Pasar Johar*



Sumber: Kantor UPT Pasar Johar

## E. Sarana dan Prasarana

- a. Johar Utara
  - 1) Luas Bangunan : ± 4.802 M2
  - 2) Jumlah Kios : 51
  - 3) Jumlah Los Kering : 368
- b. Johar Tengah
  - 1) Luas Bangunan : ± 7.183 M2
  - 2) Jumlah Kios : 102
  - 3) Jumlah Los Kering : 503
  - 4) Jumlah Los Basah : 109
- c. Johar Selatan
  - 1) Jumlah Bangunan : ± 10.594 M2
  - 2) Jumlah Kios : 126
  - 3) Jumlah Los Kering : 542

- 4) Jumlah Los Basah : 36
- d. Kanjengan
  - 1) Luas Bangunan : ± 8.460 M2
  - 2) Jumlah Kios : 205
  - 3) Jumlah Los Kering : 550
- e. Fasilitas umum pasar Johar Semarang
  - 1) Kantor
  - 2) Mushola
  - 3) Toilet
- f. Tempat Parkir
- g. Tempat pembuangan sampah sementara
- h. Pos Keamanan

Sumber: Kantor UPT Pasar Johar

#### **F. Jumlah dan Jenis Pedagang Pasar Johar**

- 1) Jumlah pedagang
  - a. Johar Utara : 357 Pedagang
  - b. Johar Tengah : 641 Pedagang
  - c. Johar Selatan : 394 Pedagang
  - d. Kanjengan : 274 Pedagang
- 2) Jenis Pedagang
  - a. Sayur
  - b. Konveksi
  - c. Aksesoris
  - d. Bumbu
  - e. Sembako
  - f. Daging
  - g. Alat Olahraga
  - h. Roti
  - i. Makanan
  - j. Barang Pecah Belah
  - k. Gerabah
  - l. Buku dan Alat Tulis

- m. Kelontong
- n. Jasa
- o. Buah-Buahan
- p. Warung Makan

Peneliti mengambil 2 pedagang dari Johar Utara, 3 pedagang dari Johar Tengah, 2 pedagang dari Johar Selatan, dan 3 pedagang dari Johar Kanjengan untuk dijadikan narasumber yang akan mewakili dari keseluruhan pedagang di pasar Johar Semarang. Antara lain sebagai berikut:

***Table 3 Data Narasumber dan Jenis dagangan di Pasar Johar Semarang***

No	Nama	Jenis Dasaran	Jenis Jualan
1	Yusuf	Kios	Aksesoris
2	Ari	Kios	Barang Pecah Belah
3	Tri	Los	Buah-buahan
4	Katimi	Los	Hasil bumi kering
5	Sumardi Marwono	Los	Sembako
6	Pardi	Los	Kopi
7	Parinem	Kios	Hasil Bumi Kering
8	Siti Julaiha	Kios	Barang Pecah Belah
9	Arif	Kios	Aksesoris
10	Daud	Kios	Konveksi
11	Rustam	Kios	Konveksi
12	Nur Janah	Kios	Konveksi
13	Yuliani Desi	Los	Barang Pecah Belah
14	Gatot Widagdo	Kios	Aksesoris

No	Nama	Jenis Dasaran	Jenis Jualan
15	Siti Aminah	Kios	Konveksi
16	Nurhayati	Kios	Kelontong
17	Ida Fitriana	Los	Bumbon
18	Slamet Widodo	Los	Bumbon
19	Aliyah	Los	Bumbon
20	Indah	Los	Sembako
21	Noor Wasiyatun	Kios	Buah-Buahan
22	Deni	Kios	Buah-Buahan
23	Budiono	Kios	Bumbon
24	Bambang Yuwono	Kios	Hasil Bumi Kering
25	Poniman	Kios	Kelontong
26	Moeljati	Los	Bumbon
27	Narmi	Los	Bumbon
28	Sukinem	Los	Bumbon
29	Harini	Los	Bumbon
30	Sumarjo	Kios	Sembako

Sumber: Data primer diolah, 2023

### G. Dampak revitalisasi pasar Johar terhadap pendapatan pedagang

Menurut hasil wawancara dengan Ari salah seorang pedagang bolo pecah yang berjualan di lantai dua pasar Johar Tengah, menyatakan:

“Semenjak pasar ini kebakaran, pendapatan saya menurun drastis mas. Dulu sebelum terjadinya kebakaran pendapatan saya bisa sampai 6-7 jutaan, terus pas relokasi di MAJT juga pendapatan saya kurang lebih sama mas, tapi setelah balik lagi kesini ya

Allah mas, saya memegang uang 2 juta udah bersyukur banget mas. Faktor menurunnya pendapatan ini juga karena jaman sekarang kan apa-apa itu online mas, jadi kita kalah saing, ditambah lagi masih banyak pedagang yang bertahan di tempat relokasi, mereka tidak mau pindah karena sudah nyaman disana dan pendapatannya juga lebih menguntungkan.”<sup>119</sup>

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Tri yang merupakan pedagang Buah-buahan di Pasar Johar Tengah:

“Saya jualan disini baru 1 bulan mas, tapi sebelumnya saya dulu udah disini juga tapi beda tempat, saya jualan disini udah dari tahun 97 mas. Dulu itu saya jualannya di depan mas, pedagang buah-buahan di depan banyak juga yang di pinggir jalan. Sebelum terjadinya kebakaran, pendapatan saya bisa sampai 5 jutaan. Terus pasar ini kebakaran kami semua dipindah ke MAJT, disana Alhamdulillah pengunjunganya rame mas jadi pendapatan kita juga tidak ada penurunan. Setelah pasar ini jadi kami balik lagi kesini, harapan saya disini bisa lebih ramai tetapi persaingan dagang semakin ketat mas. Apalagi yang pindah kesini baru sebagian, masih banyak yang bertahan di tempat relokasi dengan alasan lebih ramai.”<sup>120</sup>

Hasil wawancara dengan Siti Aminah selaku pedagang konveksi di pasar Johar Utara lantai 1

“Saya disini udah lama mas dari sekitar tahun 80an, dulu saya jualnya di tengah itu juga menurut saya kurang strategis soalnya orang beli itu kan engga langsung kesini, jadi liat ke orang lain dulu. Disini dulu pernah kebakaran terus pindah ke Masjid Agung, disana alhamdulillah banyak pengunjung tapi pendapatan hampir sama kaya disini. Terus Johar jadi, kan disini belum lama ya, alhamdulillah saya dapet tempat disini, disini kan enak mas orang-orang gampang nyarinya, awalnya disini sepi paling yang beli Cuma satu dua orang mas, tapi makin kesini lumayan rame, dulu itu sehari saya dapet 3 juta tapi semenjak lapak saya pindah kesini sehari bisa sampai 4 juta. Disini udah bagus mas, udah bersih, kalau dulu kan semrawut mas jadi banyak pedagang dimana-mana, di jalan juga kan dulu banyak yang jualan tapi sekarang kan udah tertib, aman, nyaman. Semenjak tempatnya berubah gini saya jadi lebih bisa kreatif mas, jadi engga mau kalah sama anak-anak muda sekarang yang jualan online, saya juga mulai jualan online soalnya sering belanja juga di shopee jadi saya inisiatif supaya jualan saya bisa kemana-mana mas.”<sup>121</sup>

Berdasarkan hasil wawancara beberapa pedagang di pasar Johar terkait dampak dari revitalisasi terhadap pendapatan pedagang, mereka mengungkapkan bahwa revitalisasi sangat berdampak bagi pendapatan mereka. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penurunan jumlah pendapatan. Beberapa pedagang mengatakan bahwa

---

<sup>119</sup> Ari, *wawancara*, Semarang, 28 Mei 2023.

<sup>120</sup> Tri, *wawancara*, Semarang, 28 Mei 2023.

<sup>121</sup> Aminah, *wawancara*, Semarang, 28 Mei 2023.

pedagang yang berjualan saat ini hanyalah 20% dari pedagang yang di tempat relokasi, jadi belum sepenuhnya pedagang kembali ke Johar.

Berikut adalah hasil pendapatan pedagang pasar Johar sebelum dan sesudah revitalisasi:

**Table 4 Pendapatan Pedagang Pasar Johar**

No	Nama Pedagang	Pendapatan Sebelum Revitalisasi/hari	Pendapatan Sesudah Revitalisasi/hari	Keterangan
1	Yusuf	Rp. 6.000.000	Rp. 1.500.000	Turun
2	Ari	Rp. 7.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
3	Tri	Rp. 5.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
4	Katimi	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000	Turun
5	Sumardi	Rp. 5.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
6	Pardi	Rp. 9.000.000	Rp. 200.000	Turun
7	Parinem	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000	Turun
8	Siti	Rp. 6.000.000	Rp. 800.000	Turun
9	Arif	Rp. 4.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
10	Daud	Rp. 3.000.000	Rp. 500.000	Turun
11	Rustam	Rp. 5.000.000	Rp. 2.000.000	Turun
12	Nur Janah	Rp. 4.000.000	Rp. 2.000.000	Turun
13	Yuliani Desi	Rp. 5.000.000	Rp. 1.500.000	Turun
14	Gatot Widagdo	Rp. 3.500.000	Rp. 1.000.000	Turun
15	Siti Aminah	Rp. 3.000.000	Rp. 4.000.000	Naik
16	Nurhayati	Rp. 6.000.000	Rp. 2.000.000	Turun

No	Nama Pedagang	Pendapatan Sebelum Revitalisasi/hari	Pendapatan Sesudah Revitalisasi/hari	Keterangan
17	Ida Fitriana	Rp. 2.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
18	Slamet Widodo	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000	Turun
19	Aliyah	Rp. 3.000.000	Rp. 2.00.000	Turun
20	Indah	Rp. 6.000.000	Rp. 1.500.000	Turun
21	Noor Wasiyatun	Rp. 3.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
22	Deni	Rp. 2.000.000	Rp. 2.200.000	Naik
23	Budiono	Rp. 1.500.000	Rp. 700.000	Turun
24	Bambang Yuwono	Rp. 2.000.000	Rp. 800.000	Turun
25	Poniman	Rp. 3.000.000	Rp. 1.000.000	Turun
26	Moeljati	Rp. 1.000.000	Rp. 500.000	Turun
27	Narmi	Rp. 1.500.000	Rp. 500.000	Turun
28	Sukinem	Rp. 1.500.000	Rp. 700.000	Turun
29	Harini	Rp. 1.000.000	Rp. 1.500.000	Naik
30	Sumarjo	Rp. 4.000.000	Rp. 2.000.000	Turun

Sumber: Data diolah dari hasil wawancara

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Johar Semarang**

Revitalisasi adalah upaya untuk mengembalikan wilayah atau objek yang mengalami kemunduran. Proses revitalisasi suatu daerah atau bagian kota melibatkan aspek fisik, dan aspek ekonomi, termasuk bangunan dan perencanaan tata ruang. Revitalisasi diyakini dapat meningkatkan kondisi fisik, dan tujuan utamanya adalah mengoptimalkan fungsi atau manfaat suatu objek. Saat ini, revitalisasi merupakan langkah penting bagi pasar-pasar tradisional untuk bersaing di era globalisasi. Perkembangan pesat pasar-pasar modern dengan fasilitas yang memadai dapat mengurangi peran pasar-pasar tradisional. Oleh karena itu, revitalisasi merupakan tindakan atau kebijakan yang dilakukan pemerintah untuk mempertahankan keberadaan pasar-pasar tradisional dan bersaing dengan pasar-pasar modern.

Revitalisasi atau pembenahan pasar tradisional sering kali hanya berfokus pada perombakan fisik bangunan pasar atau pembangunan pasar baru. Namun, perbaikan atau revitalisasi semata tidak cukup untuk mencapai pasar tradisional yang nyaman, bersih, dan makmur secara ekonomi dalam jangka panjang. Dalam 3-5 tahun pertama, pasar mungkin terlihat bersih, tetapi setelah itu akan kembali ke kondisi yang tidak teratur dan berantakan. Perbaikan pasar harus tidak hanya menyangkut aspek fisik, tetapi juga melibatkan pengelolaan pasar. Dalam penelitian yang dilakukan di pasar Johar Semarang, secara umum terlihat bahwa revitalisasi pasar Johar memiliki dampak positif pada pengembangan bangunan, fasilitas, dan infrastruktur pasar. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, revitalisasi pasar Johar meliputi intervensi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi ekonomi, dan revitalisasi sosial. meliputi hal intervensi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi ekonomi, dan revitalisasi sosial.

##### **1. Intervensi fisik**

Intervensi fisik sangat penting mengingat bahwa citra suatu wilayah sangat erat terkait dengan lingkungan visualnya, terutama dalam hal menarik aktivitas dan pengunjung. Intervensi fisik ini memulai proses revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas serta

kondisi fisik bangunan, ruang hijau, sistem penghubung, sistem penandaan, dan area terbuka. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang di pasar Johar, upaya revitalisasi telah berhasil mengubah pasar dari yang semula kumuh, kotor, dan tidak teratur menjadi lingkungan yang rapi, bersih, dan efisien. Revitalisasi bangunan terhadap pasar Johar telah menciptakan lingkungan yang nyaman dan indah.

## 2. Revitalisasi manajemen

Pasar harus mampu membangun manajemen pengelolaan pasar yang mengatur secara jelas aspek-aspek seperti hak dan kewajiban pedagang, tatacara penempatan, pembiayaan, kelengkapan fasilitas, dan standar operasional prosedur pelayanan pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengunjung pasar Johar, pasar Johar sekarang lebih terlihat bersih, rapih, dan nyaman, maka dari itu apa yang disampaikan oleh pengelola pasar Johar tentang mengelola kebersihan sangat penting sekali, karena untuk menjaga eksistensi serta membuat pedagang dan konsumen menjadi nyaman. Untuk menjaga terpeliharanya pasar, pedagang harus membayar retribusi setiap hari. Menurut pedagang di pasar Johar untuk menjaga terpeliharanya pasar maka pedagang diwajibkan untuk membayar retribusi sebesar Rp. 4000 untuk setiap kios, dan Rp. 1.500 untuk setiap los perhari. Sebelum dilakukannya revitalisasi, struktur kepengurusan pasar Johar Semarang terlalu banyak pengurus, akan tetapi setelah dilakukannya revitalisasi struktur kepengurusan pasar Johar Semarang semakin dirampingkan sehingga lebih memudahkan dalam mengelola pasar agar terciptanya pasar yang aman, nyaman, dan sejahtera.

## 3. Revitalisasi ekonomi

Revitalisasi yang diawali dengan penyegaran kawasan bangunan yang harus mendukung jalan untuk perbaikan kegiatan ekonomi. Dalam konteks revitalisasi, perbaikan fisik bertujuan untuk mengakomodasi kegiatan ekonomi. Namun kenyataanya, mayoritas para pedagang pasar Johar tidak mengalami perbaikan ekonomi dalam konteks peningkatan pendapatan. Mereka mengeluhkan bahwa kegiatan revitalisasi yang telah memperbaiki bentuk fisik pasar masih tidak berhasil dalam mempengaruhi konsumen sehingga kondisi pasar tidak mengalami perubahan yang berarti. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang pasar Johar, pendapatan mereka menurun karena

perubahan tempat penjualan, dan kondisi pasar yang belum terisi penuh oleh pedagang yang masih bertahan di tempat relokasi.

#### 4. Revitalisasi sosial

Prinsip terakhir dari revitalisasi adalah revitalisasi sosial, yaitu menciptakan lingkungan yang menarik, dan berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat. Dalam aspek sosial di bidang revitalisasi pasar Johar Semarang, peneliti menemukan bahwa kegiatan revitalisais tersebut tidak mempengaruhi ataupun meningkatkan dinamika sosial bermasyarakat yang terjadi. Dalam arti, aktifitas sosial masyarakat masih sama dengan kondisi sebelum revitalisasi, hal ini terjadi secara alamiah karena proses interaksi para pelaku pasar sehari-hari.

Dari hasil wawancara beberapa pedagang di pasar Johar terkait peran revitalisasi terhadap pendapatan, mereka mengungkapkan jika revitalisasi tidak berdampak apa-apa terhadap pendapatan mereka. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan tingkat keramaian pasar antara dulu sebelum revitalisasi dengan setelah direvitalisasi. Bahkan hampir semua pedagang mengatakan hal yang sama mengenai kondisi pasar yang masih terbagi menjadi dua antara pasar Johar dengan tempat relokasi di Masjid Agung Jawa Tengah.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan revitalisasi pasar memiliki pengaruh positif untuk aspek fisik bangunan karena bangunan menjadi lebih baik dan modern, serta untuk aspek pengelolaan manajemen juga terjaga baik. Dengan adanya revitalisasi pasar Johar menjadi lebih bersih, dan tata ruang yang lebih baik. Barang yang dijualpun menjadi lebih berkualitas serta banyak pilihan barang yang mampu menarik daya pembeli. Dengan kondisi ini kondisi pasar Johar mengalami kemajuan dari segi fisik dan tata kelola, akan tetapi dari segi pendapatan pedagang mengalami penurunan dikarenakan oleh beberapa sebab. Adanya revitalisasi ini berdampak pada masing-masing pedagang, ada pedagang yang mengalami peningkatan terhadap pendapatan setelah adanya revitalisasi, ada juga pedagang yang mengalami penurunan pendapatan setelah dilakukannya revitalisasi terhadap pasar Johar Semarang. Berikut adalah dampak revitalisasi pasar Johar terhadap peningkatan dan penurunan pendapatan pedagang:

1. Dampak Revitalisasi pasar Johar dalam peningkatan pendapatan pedagang

Revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi lahan melalui pembangunan kembali suatu bangunan untuk meningkatkan fungsi bangunan sebelumnya.<sup>122</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Sukirno, pendapatan mengacu pada uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang mereka capai, yang berasal dari profesi mereka sendiri atau usaha perorangan, serta pendapatan dari kekayaan.<sup>123</sup> Dalam penelitian ini, istilah pendapatan mengacu pada pendapatan yang diperoleh oleh para pedagang di Pasar Johar Semarang.

Menurut Rahmad, seorang pegawai UPT pasar Johar, revitalisasi merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kegiatan ekonomi di masyarakat melalui perbaikan fasilitas dan manajemen pasar tradisional. Tujuan dari revitalisasi pasar bukan hanya menciptakan ruang pasar yang lebih teratur dengan fasilitas yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal pendapatan. Lingkungan yang lebih nyaman diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga meningkatkan kesejahteraan pedagang di pasar Johar. Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan revitalisasi di pasar Johar tidak berdampak pada peningkatan pendapatan para pedagang. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa revitalisasi tidak mengubah atau meningkatkan kesejahteraan para pedagang yang menunjukkan bahwa tingkat aktifitas bisnis di pasar Johar tetap tidak berubah. Analisis ini sesuai dengan teori Mulyadi yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah kondisi pasar.<sup>124</sup> Kondisi pasar merujuk pada situasi permintaan dan penawaran. Dengan demikian, meskipun revitalisasi telah dilakukan, jika tidak mengubah kondisi pasar, maka dapat dipastikan bahwa revitalisasi di pasar Johar tidak dapat meningkatkan volume pendapatan para pedagang.

Adapun peningkatan dari pendapatan pada salah satu pedagang konveksi yang bernama Siti Aminah itu dikarenakan oleh faktor lain. Salah satu dari faktor tersebut adalah adanya inovasi-inovasi yang dilakukan oleh

---

<sup>122</sup> Sekretariat Negara RI, Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 18/Prt/M/2010.

<sup>123</sup> Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, hal. 47.

<sup>124</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi Edisi ke-3*, hal. 127

Siti Aminah yaitu menjual barang dagangannya tidak hanya di pasar Johar saja, akan tetapi beliau menjual secara online di salah satu marketplace, selain itu pelayanan yang dilakukannya yang terbilang cukup baik sehingga membuat nyaman pelanggan yang mengunjungi tokonya. Dalam situasi ini yang terjadi pada Siti Aminah yang mempengaruhi volume pendapatan beliau adalah terletak pada kondisi dan kemampuan penjualan, dimana Siti Aminah selalu memperbaiki layanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman melakukan jual beli dan akhirnya menjadi langganan serta mempengaruhi orang lain untuk ikut membeli.

## 2. Dampak Revitalisasi Pasar Johar dalam penurunan pendapatan pedagang

Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari pendapatannya, permasalahan sekarang yang dihadapi pedagang di pasar tradisional adalah maraknya keberadaan pasar modern dan juga penjualan secara online yang semakin berkembang pesat. Fenomena penurunan pendapatan pedagang di pasar tradisional yaitu munculnya keberadaan pasar modern yang dibangun di setiap lokasi, ditambah dengan semakin canggihnya teknologi dalam sistem jual beli online yang semakin berkembang sehingga masyarakat sekarang lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan dengan belanja secara langsung di pasar.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pedagang pasar Johar dari jenis dagangan yang berbeda menyatakan bahwa kebijakan pemerintah dalam menerapkan program revitalisasi pada pasar Johar menjadi salah satu faktor penurunan pendapatan pedagang saat ini. Yusuf menyatakan bahwa penurunan pendapatan dirasakan setelah kembali ke pasar Johar yang telah di revitalisasi, sebelum pasar Johar direvitalisasi penghasilan Yusuf selaku penjual Aksesoris mencapai 6 juta perhari, akan tetapi setelah pasar Johar direvitalisasi penghasilannya turun menjadi 1,5 juta, selain itu Sumarjo yang telah berjualan sembako dengan kurun waktu sekitar 20 tahun menyatakan hal yang sama, pendapatannya menurun drastik ketika pasar Johar telah direvitalisasi, sebelum dilakukannya revitalisasi pendapatannya bisa mencapai 4 juta, sedangkan setelah dilakukannya revitalisasi pendapatannya menurun menjadi sebesar 2 juta. Awalnya kebijakan revitalisasi pasar

tradisional bertujuan untuk meningkatkan daya saing dengan pasar modern yang bermunculan dan perkembangan online shop yang semakin canggih.

Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan RI melakukan program revitalisasi pasar tradisional agar mampu meningkatkan ekonomi rakyat khususnya pedagang tradisional. Program ini dinilai bisa meningkatkan akses masyarakat terhadap kebutuhan pokok dan juga guna meningkatkan daya saing pasar rakyat. Akan tetapi penerapan revitalisasi pada pasar Johar Semarang memberikan efek yang kurang bagus terhadap pendapatan pedagang. Belakangan ini perkembangan jual beli secara online dan pasar modern semakin pesat sehingga memberikan efek yang besar terhadap penjualan di pasar-pasar tradisional maupun pusat perbelanjaan. Berbagai alasan seperti lebih praktis, pilihan lebih banyak, tidak perlu tawar menawar dan lebih murah merupakan daya tarik untuk lebih berbelanja melalui pasar modern maupun toko online. Terlebih lagi tingkat keamanan dan kepercayaan terhadap toko online semakin tinggi. Hal tersebut menjadikan jual beli online semakin digemari oleh masyarakat terutama anak-anak muda.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan menurut Swastha dan Irawan, antara lain:

a. Kondisi Pasar

Keadaan pasar yang tertata rapi, bersih, akan menarik pengunjung untuk berbelanja pada pasar sehingga menambah omset penjualan para pedagang. Akan tetapi kondisi pasar Johar yang semakin membaik tidak berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan terhadap pedagang.

b. Keamanan dan Kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan yang cukup baik membuat konsumen akan lebih sering untuk datang. Selain itu tingkat kebersihan pasar juga sangat mempengaruhi terhadap nyaman pengunjung. Sehingga jika ada rasa aman dan nyaman yang dirasakan oleh konsumen maka hal tersebut dapat membuat dampak positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan pendapatan terhadap pedagang.

c. Lokasi Berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan. Akan tetapi setelah dilakukannya revitalisasi lokasi berdagang berpindah, hampir seluruh responden menyatakan hal yang sama. Sistem penempatan lokasi berdagang dilakukan secara acak oleh pengelola pasar setelah dilakukannya revitalisasi. Karena hal itulah pendapatan para pedagang menurun drastis setelah adanya revitalisasi.

d. Modal

Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu pedagang harus membeli jumlah barang dagangan dengan jumlah yang besar. Sehingga dibutuhkan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar pendapatan dapat meningkat. Para pedagang di pasar Johar sebelumnya telah mengalami kerugian yang sangat besar setelah adanya kebakaran, seluruh modal usahanya habis terbakar. Hal itu dikarenakan sebelum terjadinya kebakaran para pedagang menyetok barang dagangannya dengan jumlah besar karena pada saat itu akan menyambut lebaran yang kurang dari 7 hari lagi. Akan tetapi setelah para pedagang menyetok barang dengan jumlah besar pasar Johar mengalami kebakaran yang sangat hebat sehingga menghancurkan seluruh pasar dan barang-barang yang ada di dalamnya tanpa tersisa sedikitpun. Maka dari itu setelah revitaliasasi ini, para pedagang melakukan penjualan dengan modal yang minim dengan tujuan agar roda kehidupan tetap berjalan.

e. Jumlah Pengunjung

Program revitalisasi ini bertujuan agar jumlah pengunjung meningkat sehingga pendapatan para pedagang juga mengalami peningkatan pendapatan. Terlepas dari itu, masyarakat sekarang lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern karena kondisi tempat dan pelayanan yang lebih nyaman dari pasar tradisional saat ini. Pasar Johar mengalami penurunan jumlah pengunjung karena di Kota Semarang semakin banyak pusat perbelanjaan modern yang lebih disukai oleh masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan responden bahwa penyebab terjadinya penurunan pendapatan disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Lokasi

Beberapa responden menyatakan jika lokasi mereka setelah direvitalisasi membuat lokasi tempat usahanya terpencil dan susah untuk dijangkau oleh pembeli, pembeli harus mencari kios dagangan yang akan dibelinya ataupun pembeli yang akan mencari pedagang langganannya. Akses lokasi yang tidak strategis dibandingkan dengan sebelum direvitalisasi mengakibatkan penurunan jumlah pendapatan. Berdasarkan pengamatan peneliti, ada beberapa pedagang yang semula lokasinya mudah dijangkau oleh konsumen tetapi setelah revitalisasi lokasi tokonya berubah dan sulit dijangkau sehingga konsumen langganannya pindah ke toko lain yang lokasinya lebih mudah untuk dijangkau.

b. Pasar Modern dan Online Shop

Saat ini perkembangan pasar modern dan Online Shop semakin marak sehingga pasar tradisional sulit bersaing, ditambah lagi jual beli melalui online shop semakin digemari oleh masyarakat saat ini. Hampir semua responden berpendapat demikian, seperti yang dikatan oleh bapak Ari pedagang bolo pecah "*Sekarang itu masyarakat lebih memilih untuk beli online karena tidak perlu capek-capek pergi ke pasar untuk membeli sesuatu.*" selain itu pasar modern dinilai lebih efisien, bersih, aman, dan nyaman menjadi nilai lebih terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga masyarakat lebih memilih pasar modern dibanding dengan pasar tradisional. Perbedaan harga, banyaknya diskon, bahkan sampai adanya gratis ongkir merupakan salah satu keberhasilan online shop dalam perang dagang dengan pasar tradisional. Maka dari itu tidak heran jika konsumen lebih memilih untuk berbelanja di online shop daripada berbelanja langsung ke pasar. Untuk saat ini banyak kaum milenial yang tidak suka dengan sistem belanja tawar menawar, dan salah satu solusinya adalah berbelanja di online shop. Peneliti juga berpendapat jika saat ini belanja menggunakan online shop lebih efektif karena lebih mudah, murah, dan efisien.

c. Minat Konsumen

Adapun faktor lain yang mempengaruhi penurunan pendapatan pedagang di pasar Johar Semarang yaitu minat beli terhadap konsumen, konsumen saat ini lebih memilih barang yang berkualitas, bermerk, dan pemasaran yang menarik. Akses menuju pasar Johar menjadi satu kendala terhadap konsumen, padahal akses untuk menuju pasar Johar sangatlah mudah, tetapi hal tersebut dibuktikan ketika peneliti melakukan wawancara terhadap salah satu pengunjung pasar Johar, menurutnya berbelanja ke pasar Johar hanya untuk membeli barang-barang grosir saja, selain itu jarak untuk menuju pasar Johar yang jauh membuatnya kurang berminat jika setiap saat harus ke pasar Johar untuk berbelanja. Dalam hal pelayanan pun menjadi sangat berpengaruh terhadap minat konsumen, kualitas layanan mendorong pelanggan untuk berkomitmen kepada suatu produk sehingga berdampak pada pendapatan. Selain itu kualitas pendapatan sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang.<sup>125</sup>

d. Harga

Beberapa responden menyatakan jika barang-barang yang relatif naik sehingga mempengaruhi harga jual produk yang dipasarkan itu menyebabkan persaingan dengan pasar modern ataupun online shop, hal tersebut membuat konsumen semakin enggan untuk berbelanja di pasar tradisional, maka dari itu banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja online dikarenakan harga yang tidak jauh berbeda ditambah lagi dengan banyaknya diskon yang menambah kenyamanan konsumen. Penulis melakukan penelitian di beberapa pedagang terhadap satu barang yang sama, hasilnya harga barang di tiap-tiap pedagang berbeda, bahkan ada salah satu pedagang yang langsung mematok dengan harga tinggi, hal itu lah yang menyebabkan konsumen cenderung tidak mau berbelanja di pasar secara langsung.

---

<sup>125</sup> Arif Efendi, dkk., *Digitalisasi Bisnis Dalam Islam: Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02), 2022, hal. 1127.

e. Pasar yang Terbagi

Faktor ini merupakan salah satu faktor terpenting yang membuat penurunan pendapatan pedagang di pasar Johar. Tempat relokasi yang belum ditutup menjadi masalah bagi pedagang karena sebagian besar pedagang yang dulunya berjualan di pasar Johar masih bertahan di tempat relokasi dengan alasan jika disana pendapatan mereka menguntungkan dibandingkan harus kembali ke pasar Johar. Semua responden menyatakan demikian, dan mereka berharap agar tempat relokasi segera ditutup sehingga para pedagang kembali ke Johar.

## **B. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Revitalisasi Pasar Johar Semarang**

Di dalam agama Islam pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal dan aturannya bernafaskan pada ajaran-ajaran Islam, di dalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting di dalam perekonomian. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Berbagai praktik dan pendekatan yang terjadi pada masa Nabi Muhammad SAW dan Khulafaur Rasyidin menjadi contoh empiris yang menjadi dasar bagi para cendikiawan Muslim dalam mengembangkan teori-teori ekonomi mereka. Satu hal yang jelas, fokus mereka adalah memenuhi kebutuhan, keadilan, efisiensi, pertumbuhan, dan kebebasan, yang merupakan tujuan utama yang menginspirasi pemikiran ekonomi sejak awal.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, telah dijelaskan bahwa revitalisasi pasar Johar merupakan langkah tepat yang telah diambil oleh Pemerintah Kota Semarang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, program revitalisasi di pasar Johar telah memberikan dampak positif bagi para pedagang dan konsumen. Keadaan pasar sebelum direvitalisasi yang kotor, tidak rapih dan tidak beraturan membuat pedagang dan konsumen merasa tidak nyaman.

Setelah mengalami revitalisasi, kondisi pasar Johar Semarang telah mengalami perbaikan secara signifikan dibandingkan dengan sebelumnya. Pasar kini menjadi bersih, rapih, teratur, dan efisien, memberikan kenyamanan bagi pedagang dan konsumen. Islam telah menekankan menjaga kebersihan, kebenaran, keteraturan, dan kelancaran dalam semua aspek. Proses ini tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Setelah revitalisasi, kondisi pasar Johar menjadi lebih baik daripada sebelum

direvitalisasi. Dalam hal ini, Islam menuntut agar segala sesuatu dilakukan dengan baik dan sempurna. Adapun mekanisme pasar merupakan hal yang sangat penting dalam ekonomi Islam, penentuan harga dibiarkan sepenuhnya kepada pasar sesuai dengan persyaratan syari'ah. Di pasar Johar sendiri, penetapan harga didasarkan pada kondisi pasar. Tidak ada monopoli atau penetapan harga, terutama oleh pemerintah atau kelompok lain. Sebagian besar pedagang di lapangan tidak mengikuti instruksi pemerintah dan tetap menetapkan harga sesuai keinginan mereka.

Seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, fungsi penawaran dan permintaan adalah ketika terjadi peningkatan permintaan pada harga yang sama dan penurunan permintaan pada harga yang sama, harga diharapkan akan naik, dan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan pendapat beberapa pedagang di pasar Johar, penetapan harga didasarkan pada permintaan konsumen. Ketika permintaan konsumen meningkat dan pasokan barang terbatas, maka harga akan naik. Namun, ketika permintaan konsumen rendah tetapi pasokan tersedia banyak, maka harga akan turun. Selama tidak ada monopoli, eksploitasi atau penipuan, maka fluktuasi harga dianggap normal.

Islam sebagai agama yang rahmatan lil alamin memberikan kerangka etika normatif untuk mengatur proses pengembangan ekonomi dalam berbagai bentuk, sistem, inovasi, dan formulasi transaksi ekonomi yang terus berkembang dalam norma agama. Islam tidak membatasi perkembangan tersebut selama sesuai dengan kemajuan ekonomi dan kondisi masyarakat, dengan syarat tidak melanggar prinsip-prinsip dasar Islam yang terkait dengan transaksi ekonomi, yang bertujuan mencapai keadilan dalam bidang ekonomi dan harmoni sosial sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW.

**عن سعد ابن وقاص عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: ان الله طيب يحب الطيب، نظيف يحب النظافة، كريم يحب الكرم، جواد يحب الجود فنظفوا افنيتمكم**

“Diriwayatkan dari Sa’ad Ibn Waqas dari Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya Allah baik, menyukai kebaikan. Dia maha bersih, menyukai kebersihan, Maha Mulia, menyukai kemuliaan. Maha dermawan, menyukai kedermawanan. Karena itu bersihkanlah olehmu tempat-tempatmu.” (H.R. Tirmidzi: 2723)

Dalam konteks revitalisasi pasar Johar, langkah ini merupakan tindakan yang tepat yang diambil oleh pemerintah. Jika pasar Johar tidak mengalami revitalisasi, para konsumen akan meninggalkan pasar tersebut karena kondisi pasar yang buruk, infrastruktur yang tidak memadai, dan kurangnya fasilitas umum yang disebabkan

kebakaran. Hal ini akan berdampak negatif terhadap pendapatan dan kesejahteraan pedagang dan konsumen di pasar Johar. Dengan adanya program revitalisasi yang telah dilaksanakan di pasar Johar, kondisi pasar, infrastruktur, dan fasilitas umum telah mengalami peningkatan yang berdampak positif dalam menjaga eksistensi pasar Johar serta meningkatkan kesejahteraan para pedagang. Sehingga konsumen merasa lebih nyaman untuk berbelanja di pasar Johar Semarang.

Allah SWT telah menjelaskan di dalam Al-Qur'an QS. Al Furqan ayat 48-49:

وَهُوَ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ مَاءً طَهُورًا ۝ لِنُحْيِيَ  
بِهِ بَلَدَةً مَيِّتًا وَنُسْقِيهِ مِمَّا خَلَقْنَا أَنْعَامًا وَأَنْعَامِي كَثِيرًا

“Dialah yang meniupkan angin (sebagai) pembawa kabar gembira dekat sebelum kedatangan rahmat-nya (hujan); dan kami turunkan dari langit air yang amat bersih ۝ agar kami menghidupkan dengan air itu negeri (tanah) yang mati, dan agar kami memberi minum dengan air itu sebagian besar dari makhluk kami. Binatang-binatang ternak dan manusia yang banyak”<sup>126</sup>

Pada ayat ini Allah telah memberitahukan bahwa Dia memberikan nikmat kepada manusia berupa turunnya air yang suci dari langit mereka. Ayat ini menunjukkan bahwa air hujan ketika pertama kali terbentuk, sangat bersih. Meskipun ketika turun air tersebut membawa benda-benda dan atom yang ada di udara, air itu masih tetap suci. Dengan hujan itu, tanah yang tadinya kering dan mati menjadi hidup. Air itu juga dimanfaatkan untuk memberi minum makhluk ciptaan yang berupa binatang-binatang ternak dan manusia.<sup>127</sup>

Ayat ini berkaitan dengan konsep revitalisasi pasar tradisional, revitalisasi terhadap pasar tradisional memberikan berbagai manfaat terhadap semua elemen yang ada di pasar tradisional, penataan wilayah yang baik, kondisi pasar yang bersih, rapih, dan indah membuat semua yang ada di pasar menjadi aman dan nyaman. Sesuatu yang bersih dan indah pasti akan memberikan suatu yang positif, pasar yang bersih, rapih, indah, aman, dan nyaman dapat mengundang konsumen untuk berbelanja ke pasar sehingga pendapatan pedagang di pasar dapat meningkat.

---

<sup>126</sup>Qur'an Surah Al-Furqan Ayat 48-49, diakses <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=48&to=77> tanggal 7 Juni 2023.

<sup>127</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 9*, Jakarta: Lentera Hati, 2022, hal. 491-492.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya tentang dampak revitalisasi pasar Johar Semarang terhadap pendapatan pedagang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Revitalisasi pasar Johar Semarang kurang memberikan efek positif terhadap pendapatan pedagang, karena selama ini pedagang mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis setelah kembali menempati pasar Johar, adapun dampak positif dari adanya revitalisasi ini yaitu kondisi pasar yang semakin cantik dan rapih, tersedianya fasilitas-fasilitas umum yang sangat memadai, selain itu pengelolaan pasar yang lebih baik menjadi dampak positif dari adanya revitalisasi ini. Penyebab terjadinya penurunan pendapatan pedagang di pasar Johar Semarang disebabkan karena beberapa hal, yaitu lokasi kios pedagang yang berubah setelah revitalisasi, minat beli masyarakat yang kurang untuk berbelanja di pasar Johar, harga yang tidak jauh berbeda dengan di online shop dan bahkan harganya bisa lebih murah sehingga masyarakat lebih memilih untuk berbelanja online tanpa harus bersusah payah ke pasar.
2. Islam telah menganjurkan di dalam pasar bahwa segala sesuatu harus dilakukan secara rapih, benar, tertib, dan teratur disegala bidangnya, prosesnya tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Islam sebagai agama yang rahmatan lil alamin memberikan kerangka etika normatif untuk mengatur proses pengembangan ekonomi dalam berbagai bentuk, sistem, inovasi, dan formulasi transaksi ekonomi yang terus berkembang dalam norma agama. Islam tidak membatasi perkembangan tersebut selama sesuai dengan kemajuan ekonomi dan kondisi masyarakat, dengan syarat tidak melanggar prinsip-prinsip dasar Islam yang terkait dengan transaksi ekonomi, yang bertujuan mencapai keadilan dalam bidang ekonomi dan harmoni sosial sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dalam konteks revitalisasi pasar Johar, langkah ini merupakan tindakan yang tepat yang diambil oleh pemerintah. Jika pasar Johar tidak mengalami revitalisasi, para konsumen akan meninggalkan pasar tersebut karena kondisi pasar yang buruk, infrastruktur yang tidak memadai, dan kurangnya fasilitas umum yang disebabkan kebakaran. Hal ini akan berdampak negatif terhadap pendapatan dan kesejahteraan pedagang dan

konsumen di pasar Johar. Dengan adanya program revitalisasi yang telah dilaksanakan di pasar Johar, kondisi pasar, infrastruktur, dan fasilitas umum telah mengalami peningkatan yang berdampak positif dalam menjaga eksistensi pasar Johar serta meningkatkan kesejahteraan para pedagang. Sehingga konsumen merasa lebih nyaman untuk berbelanja di pasar Johar Semarang.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi para pedagang di pasar Johar, saat ini perkembangan teknologi semakin maju sehingga persaingan dalam dunia perdaganganpun tidak dapat dihindarkan, alangkah lebih baiknya para pedagang di pasar Johar bisa memanfaatkan teknologi untuk melakukan inovasi-inovasi baru dalam hal memasarkan produk dagangannya, seperti menjual barang-barang di pasar online.
2. Bagi UPT Pasar Johar agar lebih memperhatikan perkembangan pasar, UPT Pasar Johar seharusnya mengkaji kembali penataan pedagang di pasar Johar supaya tidak ada timpang tindih dan kecemburuan sosial terhadap para pedagang yang menurut pengamatan peneliti tidak pas jika jenis suatu dagangan ditempatkan di tempat yang tidak semestinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam Edisi Kelima*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007.
- A. Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islami Edisi Keempat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- A.K. Muda, Ahmad. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia cetakan pertama*, Surabaya: Reality Pubisher, 2006.
- Adnan, Ainur Rofiq. "Konsep Pengentasan Kemiskinan Dalam Pandangan Yusuf Qardhawi." *Jurnal Populis* (2007).
- Al Yassin, Muhammad Adam, dan Sukawi. "Revitalisasi Pasar Johar Semarang" *Jurnal IMAJI*, Vol.9 No.4 (2020).
- Albara. "Analisa Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi" *Jurnal Academia*, Vol. 5, No. 6 (2016).
- Alfianita, Ella, Andy Fefta, dan Siswidiyanto. "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)" *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3 No.5.
- Al-Mahalli, Jalaluddin & Jalaluddin As-Suyuthi. *Tafsil Al-Quran Al-Adzim lil Imam Al-Jalalai*, Darul Ilmi Surabaya.
- Al-Malibari, Zainuddin. *Fathul Mu'in Syarah Qurrotul Ain*, Darul Ilmi Surabaya.
- Amirudin dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode dan Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak, 2008.
- Aprilia, Rizka Aprilia. "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang" *ECONOMICS DEVELOPMENT ANALYSIS JOURNAL* 6, F: (2017).
- Ari, oleh penulis. Mei 2023. Pasar Johar, Semarang.
- Ari, oleh penulis. Mei 2023. Pasar Johar, Semarang.

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Arimbawa, I Gusti Ngurah Agung Anom, dan A.A.I.N Mahreni. “*Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*” PIRAMIDA Jurnal Kependudukan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Vol. XIII No. 1 : 18-26.
- Aryanti, Nel. “*Analisis Pasar Modern dan pasar tradisional ditinjau dari segi tata letak (Lay Out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional*” Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 13 No. 01 (2013).
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Boediono. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2002.
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Danisworo. *Pengertian Revitalisasi*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Efendi, Arif, Maltuf Fitri, dan Shovia Indah Firdiyanti. “*Digitalisasi Bisnis Dalam Islam: Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah*” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02) (2022).
- Ferlina, Veka. “*Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Tugu Bandar Lampung)*”, Bandar Lampung: Universitas Raden Intan Lampung, 2018.
- Fuad, M., Christine H, Nurlela, Sugiarto, Paulus YEF. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Hakim, M. Arif. “*Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar*” Jurnal Iqtishadia, Vol. 8 No. 1, (2015)
- Hamid, Ahmad Munir. “*Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang Di Pasar Lembung.*” JURNAL EKONOMI SYARI’AH, Vol. 5, No. 2 (2022).
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176> .
- Indrawati, Toti, dan Indri Novita. “*Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru*”. Vol. 22, No. 1 (2019)
- Iskandar, Sherly. Fimela, “*Mengenal Asal Muasal Pasar Johar Semarang*”, [www.fimela.com](http://www.fimela.com). Diakses pada Kamis 20 April 2023. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/2230002/mengenal-asal-muasal-pasar-johar-semarang>.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.

- Khosial. “*Persepsi Pedagang Terhadap Renovasi Pasar Semparu Desa Semparu Kecamatan Kopang Lombok Tengah*” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, JISIP*, Vol. 1 No. 2 (2017).
- Kuncoro, Mudjarat. *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Kuncoro, Mujarad. *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Kurniawan, Frendy. “*Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Rakyat Tani Kota Bandarlampung)*”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung, 2019.
- Kuswadi. *Pencatatan keuangan usaha dagang untuk orang-orang awam*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008.
- M. Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Ma’arif, Samsul. “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang*” *Economics Development Analysis Jurnal*, Vol. 2 No. 2 (2013)
- Marthon, Said Sa’ad. *Ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Zikrul Hakim, 2001.
- Martokusumo.W. “*Revitalisasi Kawasan Kota: Sebuah Catatan Dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota*” *Info URDI*, Vol. 13, (2008).
- Mashita, Annisa Indah. “*Dampak Sosial Ekonomi Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pedagang.*” *Jurnal Sosek Pekerjaan Umum*, Vol. 2 No. 1 (2010).
- Muheramtohad, Singgih. *Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran Ibn Taimiyah)*, *Jurnal At-Taqaddum*, Vol. 10 No. 1 (2018)
- Mulyadi. *Sistem Akuntansi Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Mulyana, Dedy. *Metode Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Nasution, Mustafa Edwin, Budi Setyanto, Nurul Huda, Muhammad Arief Mufraeni, Bey Sapta Utama. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Negoro, Darsono Prawiro. *Ekonomi Manajerial Edisi Pertama*, Jakarta: Nusantara Consulting, 2010.
- Noor, Henry Faizal. *Ekonomi Manajerial Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1.

- Pracoyo, Tri Kunawangsih, dan Antyo Pracoyo. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, Jakarta: Grasindo, 2006.
- Pratiwi, Kadek Cyntia. “*Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading*” E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA (2019).
- Presidenri, “Mensukseskan Program Revitalisasi Pasar Tradisional”, Diakses pada tanggal 21 Maret 2023. <http://presidenri.go.id/artikel-terpilih/mensukseskan-program=revitalisasi-pasar-tradisional>.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Putra, I Kadek Dwi Perwira, dan I Gusti Wayan Murjana Yasa. “*Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Kunjungan, Pendapatan Pedagang, dan Pendapatan Pasar di Kota Denpasar*” E-Jurnal EP Universitas Udayana, Vol. 6 No. 9 (2017)
- Qur’an surah Al-Baqarah ayat 275, diakses tanggal 30 maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=286> .
- Qur’an Surah Adz-Dzariyat Ayat 19, diakses tanggal 30 maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/51?from=19&to=60> .
- Qur’an Surah Al Furqan Ayat 20, diakses tanggal 30 maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=20&to=77> .
- Qur’an Surah Al-Furqan Ayat 48-49, diakses tanggal 7 Juni 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=48&to=77> .
- Qur’an Surah An-Nisa Ayat 29, diakses tgl 30 Maret 2023
- Rachmad, oleh penulis. Mei 2023. Pasar Johar, Semarang.
- Rahm, Ain. Mekanisme Pasar dalam Islam, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol 4. No 2, 177-192, 2015.
- Ranjani, Ranjani, Lintang Ayu S, dan Mitha Nurhikmah. “*Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus di BSD Serpong dan Pasar Manis Purwokerto)*” Jurnal Administrasi Publik, Vol. 9 No. 1 (2018).
- Rianto, M. Nur. *Pengantar Ekonomi Syari’ah Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Romadhon, Asep Syahri. “*Faktor-faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*” Jurnal Universitas Riau Jom FISIP, Vol. 4 No. 1.
- Rudianto. *Pengantar Akuntansi*. Adapsi IFRS, Jakarta: Erlangga, 2012.

- Santoso, Theseria Merlyn. “*Revitalisasi Pasar Johar Semarang dengan pendekatan Arsitektur Indische*” Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- SCP, D. Indriati dan Arif Widiyatmoko. *Pasar Tradisional*, Semarang: Alprin, 2008.
- Sekretariat Negara RI, Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 18/Prt/M/2010.
- Shihab, M. Quraish Shihab. *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an Volume 1*, Jakarta: Lentera Hati, 2022.
- Sihombi, Dewi, dan Madani. “*Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen Bandung*” *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 8 No. 1 (2019).
- Siti Aminah, oleh penulis, Mei 2023. Pasar Johar, Semarang.
- Situs Budaya, “Sejarah Pasar Johar Semarang”, Diakses pada tanggal 20 April 2023 <https://situsbudaya.id/sejarah-pasar-johar-semarang/>.
- Stutiari, Ni Putu Eka. “*Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung*” *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA*, Vol.8 No.1, (2019)
- Subekan, Ahmad. “Mengetahui Etika Dagang Syariah”, [bppk.kemenkeu.go.id](http://bppk.kemenkeu.go.id). Diakses pada Kamis 23 Maret 2023. <https://bppk.kemenkeu.go.id/id/publikasi/artikel/150-artikel-keuangan-umum/21129-mengenal-etika-dagang-syariah>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhardi. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Sujarno, “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan nelayan di Kabupaten Langkat*” Medan: Universitas Sumatera Utara, Medan, 2008.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Suma, Muhammad Amin. *Tafsir Ekonomi: Teks, Terjemahan, dan Tafsir*. Jakarta: Amzah, 2015.
- Sunada, Wayan Ari, dan A.A Ketut Ayuningsari. “*Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pedagang di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*” *E-Jurnal EP UNUD*, vol.6, No.2 (2017)

- Supana, oleh penulis. Mei 2023. Pasar Johar, Semarang.
- Suryadi, Hery, Tuti Khairani Harahap, Auradian Marta. “*Kebijakan Revitalisasi Kawasan Pasar Bawah Sebagai Kawasan Wisata Cagar Budaya di Kota Pekanbaru*” Pekanbaru: Fisip UR (2013).
- Susiyanti, Farma Arina. “*Strategi Perancangan dalam meningkatkan Vitalitas Kawasan Perdagangan Johar Semarang*” Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 14 No. 3 (2003).
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Syahatah, Husein. *Pokok-pokok Pemikiran Akuntansi Islam*, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001.
- Syamsuddin, Syamri. *Mikroekonomi Untuk Manajemen Edisi Pertama*, Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Tafsir Qur’an Surah Adz-Dzariyat Ayat 19, diakses tanggal 30 Maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/51?from=19&to=60> .
- Tafsir Qur’an Surah Al Furqan Ayat 20, diakses tanggal 30 Maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=20&to=77> .
- Tafsir Qur’an Surah An-Nisa Ayat 29, diakses tanggal 30 Maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176> .
- Teguh, Muhammad. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Tri, wawancara, 28 Mei 2023.
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, pasal 1, 2, 3.
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat 1, 2, 3.
- Wawancara dengan pedagang pasar Johar Semarang.
- Wibowo, Sukarno, dan Dedi Supriadi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Yusanto, M. Ismail, dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam cetakan kedua*, Bogor: Al-Azhar Press, 2011.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, dan Andria Permata Veithzal. *Islamic Marketing Managemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

## SURAT IZIN PENELITIAN



### PEMERINTAH KOTA SEMARANG DINAS PERDAGANGAN

Jl. Dr. Cipto No. 115 Tlp.(024) 3547888, 3544303 Fax .(024) 3547888 Semarang - 50124

Nomor : B / 2232 / 070 / IV / 2023 Semarang, 11 April 2023  
Sifat : -  
Lampiran : -  
Perihal : Pemberian Izin Penelitian

Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Walisongo

di-

**SEMARANG**

Dasar : Surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Nomor : 1378/Un.10.5/D1/PG.00.00/04/2023 tanggal 6 April 2023 perihal Permohonan Izin Penelitian.

Pada prinsipnya kami tidak keberatan memberikan ijin kepada mahasiswa / mahasiswi dibawah ini :

No	Nama Mahasiswa / Mahasiswi	NIM	Progdi
1.	Hamzah Maulana Asshidiq	1905026084	S1 Ekonomi Islam

Untuk melaksanakan Penelitian guna penyusunan Skripsi dengan Judul "DAMPAK REVITALISASI PASAR JOHAR SEMARANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG" yang dilaksanakan pada tanggal 10 April 2023 s/d 13 April 2023.

Selanjutnya selama mengikuti kegiatan tersebut, yang bersangkutan wajib mentaati protokol kesehatan dan Peraturan yang berlaku di Instansi Dinas Perdagangan Kota Semarang.

Demikian untuk menjadikan maklum.

Plt. Kepala Dinas Perdagangan  
Kota Semarang,  
  
Rajar Purwoto, SH. MM.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185  
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 1378/Un.10.5/D1/PG.00.00/04/2023

06 April 2023

Sifat : Biasa

Lamp. : -

Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Yth :

Kepala Dinas Perdagangan Kota Semarang  
di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : HAMZAH MAULANA ASSHIDIQ  
Nim : 1905026084  
Semester : VIII  
Jurusan / Prodi : S1 EKONOMI ISLAM  
Alamat : Ciasem Tengah, Ciasem, Subang, Jawa Barat  
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi  
Judul Skripsi : DAMPAK REVITALISASI PASAR JOHAR SEMARANG TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG.  
Waktu Penelitian : 10-13 April 2023.  
Lokasi Penelitian : Jalan Dokter Cipto No. 115, Sarirejo, Kec. Semarang Timur, Kota Semarang 50124.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik

dan Lembaga,



Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

*Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara*

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

*Daftar Pertanyaan Pengelola Pasar Johar*

1. Bagaimana sejarah pasar Johar?
2. Bagaimana perkembangan pasar Johar dulu sampai saat ini?
3. Apa saja perbedaan pasar Johar sebelum dan sesudah direvitalisasi?
4. Apa harapan kedepannya terhadap pasar Johar ?

*Daftar Pertanyaan Pedagang*

1. Berapa lama berjualan di pasar Johar?
2. Dampak apa saja yang dirasakan setelah revitalisasi?
3. Berapa pendapatan perhari sebelum revitalisasi?
4. Berapa pendapatan perhari setelah revitalisasi?
5. Apa saja penyebab menurunnya pendapatan?
6. Apa saja penyebab naiknya pendapatan?
7. Apa harapan terhadap pemerintah terkait revitalisasi pasar Johar?

*Daftar Pertanyaan Pembeli*

1. Bagaimana perbedaan pasar Johar sebelum dan sesudah revitalisasi?
2. Bagaimana masukan untuk pasar Johar kedepannya?

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara

DOKUMENTASI WAWANCARA



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Hamzah Maulana Asshidiq  
Tempat, Tanggal Lahir : Subang, 26 April 1999  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Dusun Tanjung Baru RT/RW 027/008,  
Desa Ciasem Tengah, Kecamatan Ciasem, Kabupaten  
Subang, Provinsi Jawa Barat

E-mail : [zahaa790@gmail.com](mailto:zahaa790@gmail.com)

Pendidikan Formal :

1. SDN Tritunggal Lulus tahun 2011 (Berijazah)
2. SMPN 1 Ciasem Lulus tahun 2014 (Berijazah)
3. MA Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang Lulus tahun 2017 (Berijazah)
4. UIN Walisongo Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Islam

Pendidikan Nonformal : PP. Al Ma'arij Jombang

Demikian daftar riwayat hidup ini yang penulis buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 15 Juni 2023

Penulis



**Hamzah Maulana Asshidiq**

**1905026084**