

**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN
PEDAGANG BERBASIS NILAI-NILAI SYARIAH
PASCA REVITALISASI PASAR MANGGISAN
DI KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

Laila Saniatur Rohma
NIM: 224105020022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FEBRUARI 2026**

**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN
PEDAGANG BERBASIS NILAI-NILAI SYARIAH
PASCA REVITALISASI PASAR MANGGISAN
DI KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh :

Laila Saniatur Rohma
NIM: 224105020022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FEBRUARI 2026**

**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PEDAGANG
BERBASIS NILAI-NILAI SYARIAH PASCA
REVITALISASI PASAR MANGGISAN DI
KECAMATAN TANGGUL**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Laila Saniatur Rohma
NIM: 224105020022

Ditetapkan dan Disetujui Pembimbing



Dr. Drs. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN
PEDAGANG BERBASIS NILAI-NILAI SYARIAH
PASCA REVITALISASI PASAR MANGGISAN
DI KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Kamis

Tanggal: 26 Februari 2026

Tim Penguji

Ketua

Dr. Nadia Azalia Putri, M.M
NIP. 199403042019032019

Sekretaris

Dr. Siti Alfiyah, S.E.I, M.E
NIP. 198701282023212028

Anggota:

1. Dr. Hersa Farida Qoriani, M.E.I
2. Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً

يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّنْ تَبُورَ ﴿٢٩﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah (Al-Qur’an), menegakkan sholat, dan menginfakkan sebagian rezeki yang kami anugerahkan kepadanya secara sembunyi-sembunyi dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan pernah rugi.” (QS. Al-Fathir [35]: 29)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (QS. Al-Fathir) : 29)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT serta dukungan dan doa dari berbagai pihak dan orang tersayang yang telah memberikan bantuan kepada penulis melalui perjuangan yang sangat panjang diawali oleh berbagai kesukaran, yang dihadapi dengan keikhlasan dan keimanan dalam hati. Maka saya persembahkan karya ini sebagai tanda terimakasih dan hormat yang tak terhingga kepada:

1. Panutanku, Ayahanda Moh. Rochim. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau selalu memberikan support yang tiada henti-hentinya secara materi maupun non materi, mendidik penulis, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Ika Puspa Rini. Terimakasih atas setiap pengorbanan, semangat yang tak pernah lepas, ridho yang tulus, dan doa yang selalu terlantun dalam setiap sujud mama. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membuat bangga keluarga. Terimakasih mama. Skripsi ini untukmu.
3. Saudara-saudari saya, Alfiena Sahriya, Muhammad Akbar Maulana Ibrahim, dan Jihan Makailah Fakhirah Ramadhani. Terimakasih karena selalu menjadi support system dalam setiap langkah penulis. Terimakasih selalu menemani dan memberikan dukungan di momen-momen tersulit bagi penulis.

4. Seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Hasan Husein. Terimakasih selalu ada di setiap prosesku, yang tidak pernah lelah mendengar keluh kesahku, menguatkanmu saat aku hampir menyerah, dan tetap percaya ketika aku sendiri ragu. Terimakasih telah menjadi warna yang tidak pernah pudar, menjadi rasa yang tidak pernah hambar untuk selalu memberikan semangat kepada penulis dalam perjalanan skripsi ini. Skripsi ini juga untukmu, yang telah menjadi bagian dari perjuanganku.

5. Terakhir, untuk diriku sendiri, Laila Saniatur Rohma. Terimakasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terimakasih kepada raga yang terus melangkah meski sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga kedepannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis diberikan nikmat sehat dan ilmu sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan dan suri tauladan kita, Nabi Muhammad SAW. Yang telah memberikan tuntunan dan petunjuk kepada umat manusia menuju kehidupan dan peradaban, serta keluarga dan para sahabat yang dicintainya.

Penulis sangat menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dalam bidang Ekonomi Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi yang berjudul **“Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul.”** Akhirnya dapat diselesaikan dengan hasil yang diharapkan.

Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak, sehingga dapat terselesaikan dalam waktu yang tepat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas yang memadai selama penulis menuntut ilmu di Universitas Islam

Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

2. Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
3. Prof. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengizinkan melakukan penelitian ini.
4. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membantu dan mempermudah dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah membimbing dan membantu dalam penelitian ini.
6. Dr. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam program perkuliahan yang penulis tempuh.
7. Dr. Nadia Azalia Putri, M.M., Dr. Hersa Farida Qoriani, M.E.I., Prof, Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., Dr. Siti Alfiyah, S.E.I., M.E. selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan arahan yang sangat membangun dalam perbaikan skripsi ini.
8. Seluruh Staf dan Dosen FEBI yang telah memberikan jasa pelayanan dan membantu menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat-sahabat terbaikku, Iftah Tazkiyatu Nurizzahroh, Fitria Nur Rohmah, Puri Arum Pratiwi yang sejak semester awal di jurusan Ekonomi Syariah yang telah berjuang bersama, menemani selama masa perkuliahan, serta memotivasi penulis.

10. Teman-teman Ekonomi Syariah 5 angkatan 2022 yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu selama perkuliahan di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini, namun sebagai manusia tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan. Oleh karena itu dengan penuh rasa rendah hati penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembacanya.

Aamiin

Jember, 5 Januari 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Penulis
J E M B E R

ABSTRAK

Laila Saniatur Rohma, 2026 : *Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*

Kata Kunci: Strategi Peningkatan, Pendapatan Pedagang, Nilai-Nilai Syariah, Revitalisasi Pasar.

Revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern. Revitalisasi pasar yang bertujuan meningkatkan kualitas fasilitas justru menyebabkan penurunan aktivitas perdagangan dan pendapatan pedagang akibat relokasi yang kurang efektif. Nilai-nilai syariah digunakan untuk merumuskan strategi yang adil, jujur, dan bermanfaat bagi semua pihak. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan fokus pada strategi peningkatan pendapatan pedagang berbasis nilai-nilai syariah pasca revitalisasi pasar.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisan?. 2) Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisan. 2) Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipasi pasif, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif dengan tahapan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun keabsahan data diperoleh dengan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi peningkatan pendapatan pada aspek *sharia compliance* dilakukan melalui penerapan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam aktivitas perdagangan, seperti menjaga kehalalan produk, menghindari riba dan gharar, serta menerapkan kejujuran dalam penimbangan dan transaksi. Pedagang juga melakukan strategi usaha berupa penyesuaian waktu berjualan, penambahan variasi produk, menjaga kualitas barang, dan meningkatkan pelayanan guna mempertahankan pendapatan di tengah kondisi pasar yang belum stabil. 2) Strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan dilakukan dengan memberikan kasbon kepada pelanggan terpercaya, mengatur display barang, menetapkan harga yang lebih murah atau tetap konsisten, dengan memastikan kejujuran serta keterbukaan dalam penyampaian harga, kualitas barang, maupun takaran timbangan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Istilah	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian	60
C. Subyek Penelitian.....	60
D. Teknik Pengumpulan Data	61
E. Analisis Data	63
F. Keabsahan Data.....	65
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	66
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	69
A. Gambaran Objek Penelitian	69
B. Penyajian Data dan Analisis.....	74
C. Pembahasan Temuan.....	95
BAB V PENUTUP	101
A. Simpulan.....	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Pedoman Wawancara	
3. Jurnal Kegiatan Penelitian	
4. Dokumentasi Penelitian	
5. Surat Izin Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	

DAFTAR TABEL

No. Uraian	
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22
4.1 Data Informan Pedagang Pasar Manggisan	71
4.2 Data Jumlah Karyawan Dinas Pasar Manggisan Tahun 2025	94



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian

3.1 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman	65
4.1 Struktur Organisasi Pasar Manggisian	73
4.2 Kondisi Pasar Manggisian Pasca Revitalisasi Pasar	79
4.3 Kondisi Toko Konveksi di Pasar Manggisian Tampak Sepi Pembeli ...	79
4.4 Pedagang Sayur Berjualan di Pagi Hari dan Menjual Semua Produk Halal	82
4.5 Pedagang Buah Menjual Buah Beragam dan Menimbang dengan Sesuai untuk Menghindari Penipuan	83
4.6 Kondisi Tatanan Toko Konveksi untuk Menarik Konsumen	88
4.7 Kondisi Warung Kopi Melayani Konsumen dengan Jujur	88
4.8 Pedagang Sembako Menjual dengan Harga Murah dan Menimbang Barang Secara Terbuka	92
4.9 Pedagang Buah Memberikan Informasi Secara Terbuka	92

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pembangunan merupakan proses perubahan sosial yang terencana dan multidimensional, yang diarahkan pada peningkatan kesejahteraan ekonomi, kemajuan nasional, kepedulian terhadap lingkungan, serta pengembangan kualitas manusia untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik.² Pembangunan daerah merupakan upaya pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperluas kesempatan kerja, serta memperbaiki pendapatan, akses kebijakan, daya saing wilayah, dan indeks pembangunan manusia. Pasar juga menyediakan lapangan kerja, sehingga menjadi elemen penting dalam rutinitas harian masyarakat. Banyak individu mengandalkan pasar sebagai sumber penghasilan utama. Oleh karena itu, eksistensi pasar memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat dan ekonomi.³ Secara umum, pasar dikenal sebagai ruang interaksi antara penjual dan pembeli, namun dalam perspektif ekonomi pasar lebih dimaknai sebagai lokasi utama terjadinya kegiatan jual beli. Selain itu, pasar berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah. Oleh karena itu, kehadiran pasar baik tradisional maupun modern sangat penting dalam masyarakat.⁴

² Iwan Kesuma Sihombing, Ika Sari Dewi, and Khairunnisa Al Madany, "Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Kota Medan," *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)* 8, no. 1 (2019): 148.

³ Alfi Syukria, "Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 306, <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.221>.

⁴ Annisa Aurindita Amelia, "Pasar Tradisional: Pilar Peradaban yang Arif, Berbudaya dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi," *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* 3, no. 1 (2020): 120, <https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.857>.

Pasar berfungsi sebagai bagian integral dari aktivitas perdagangan yang dijalankan dalam keseharian masyarakat.⁵ Karena itu, Al-Qur'an mengatur aktivitas pasar melalui sejumlah prinsip yang diarahkan untuk mewujudkan keadilan bagi seluruh pihak, baik perorangan maupun kelompok.⁶ Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Furqan Ayat 20:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ
وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ ۖ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً ۖ أَتَصْبِرُونَ ۗ
وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

Artinya: Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelumnya (Nabi Muhammad), melainkan mereka pasti menyantap makanan dan berjalan di pasar. Kami menjadikan sebagian kamu sebagai cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Tuhanmu Maha Melihat.

Kandungan ayat tersebut menegaskan bahwa pasar memiliki fungsi yang strategis sebagai ruang interaksi antara produsen (penjual) dan konsumen (pembeli). Prinsip tersebut selaras dengan praktik Rasulullah yang dijelaskan dalam ayat tersebut. Harga di pasar terbentuk melalui mekanisme interaksi serta pengaruh timbal balik antar pelaku pasar. Setelah tercapai kesepakatan, proses dilanjutkan dengan distribusi barang dan jasa kepada pihak yang membutuhkan.

Dalam perspektif Islam, pasar memiliki posisi yang strategis dalam sistem perekonomian. Namun demikian, Islam tidak membenarkan konsep persaingan pasar yang berlangsung tanpa batas karena berpotensi

⁵ J. R. Field and L. B. Jeffcott, "Equine Laminitis - Another Hypothesis for Pathogenesis," *Medical Hypotheses* 30, no. 3 (1989): 203–10, [https://doi.org/10.1016/0306-9877\(89\)90062-5](https://doi.org/10.1016/0306-9877(89)90062-5).

⁶ Ahmad Munir Hamid, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam," *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022): 52–53.

mengabaikan nilai-nilai norma dan etika. Model pasar demikian tidak sejalan dengan tujuan falah dan bahkan dapat memicu penyimpangan. Dalam pandangan pasar Islam, para pelaku ekonomi diarahkan untuk bersaing dalam kebajikan (*fastabiqu khairat*) serta menjunjung tinggi prinsip kerja sama dan saling tolong menolong (*ta'awun*) yang berlandaskan nilai dan moralitas Islam.⁷ Dalam pandangan Islam, aktivitas ekonomi dan bisnis tidak semata-mata ditujukan untuk memperoleh keuntungan material, tetapi juga dipahami sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Islam menganggap bisnis sebagai aktivitas terhormat yang dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan keberkahan. Prinsip-prinsip tersebut tidak sekedar menjaga etika pelaku usaha, tetapi juga bertujuan membangun harmoni sosial.⁸

Berdasarkan perkembangannya, pasar diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan jenis pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pihak swasta, koperasi, maupun masyarakat setempat dengan prinsip swadaya. Fasilitas usaha di pasar tersebut terdiri atas toko, kios, los, tenda, atau bentuk sejenis lainnya yang umumnya dikelola oleh pedagang kecil dan menengah dengan kapasitas usaha serta modal yang terbatas, dengan kegiatan utama berupa transaksi jual beli.⁹ Keberadaan pasar tradisional sangat penting

⁷ Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar Dalam Islam," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2015): 179.

⁸ Ahmad Abqoriyin Hisan dan Abdul Rokhim, "Implementasi Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT Tunggal Griya Sakinah" *Sanskara Manajemen dan Bisnis* 3, no. 03 (2025): 202, <https://doi.org/10.58812/smb.v3i02>.

⁹ Istijabatul Aliyah, "Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam

sebagai tempat masyarakat berinteraksi, berbagai informasi dan menampung banyak pekerja terkhusus pedagang agar dapat mencukupi keperluan hidup. Keberadaan pasar tradisional juga sangat memiliki pengaruh, khususnya untuk para pedagang. Oleh karenanya, dengan adanya pasar tradisional merupakan suatu alat pembangunan ekonomi yang sangat penting dan berfungsi dalam perekonomian.¹⁰ Pembeli, sebagai kelompok, menentukan seberapa besar permintaan terhadap suatu produk, sementara penjual, sebagai kelompok lain, menentukan seberapa banyak produk yang tersedia. Aktivitas ekonomi di pasar umumnya melibatkan dua pihak utama yaitu produsen dan konsumen. Kedua pihak ini memiliki peran penting dalam proses penetapan harga barang yang diperdagangkan di pasar.¹¹

Pasar tradisional perlahan mengalami penurunan, yang memengaruhi berbagai aktivitas ekonomi. Penurunan ini terjadi karena semakin banyak orang memilih belanja sarana perbelanjaan modern, bukan di pasar tradisional. Meski begitu, pasar tradisional tetap mempunyai peran penting sebagai tempat berkumpul, pusat pertukaran informasi, tempat untuk kegiatan seni rakyat, dan juga bagian dari penawaran wisata. Dalam konteks ini, pasar tradisional menjadi aset ekonomi bagi masyarakat setempat serta hubungan sosial yang sangat penting dalam komunitas.¹² Dalam sektor ekonomi, pasar tradisional

Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan,” *Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung* 2, no. 4 (2014): 24, <https://core.ac.uk/download/pdf/236340293.pdf>.

¹⁰ Ema Sari, “Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang di Lamasi,” *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 4 (2020): 90, <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1481/1/SKRIPSI.pdf>.

¹¹ Ni'matul Fitria Mukaromah dan Temmy Wijaya, “Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam,” *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 4, <https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>.

¹² Titin Agustin Nengsih dan Fani Kurniawan, “Analisis Perbandingan Keputusan

memegang peranan penting sebagai wadah bagi pedagang dalam mendistribusikan dan memasarkan berbagai produk. Dengan demikian, keberadaan pasar tradisional memiliki potensi dan manfaat yang signifikan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia.¹³

Saat ini, keberadaan pasar tradisional semakin terpinggirkan seiring dengan pesatnya perkembangan pasar modern, seperti pusat perbelanjaan dan swalayan. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh perbedaan yang signifikan dalam ketersediaan fasilitas, yang menyebabkan daya saing pasar tradisional semakin melemah. Dalam upaya mempertahankan eksistensi pasar tradisional, pemerintah melaksanakan kebijakan revitalisasi guna meningkatkan mutu pelayanan serta ketersediaan sarana dan prasarana. Selain itu, kebijakan tersebut ditujukan untuk memperkuat posisi pasar tradisional dalam perekonomian daerah melalui sinergi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam pembangunan, peningkatan kualitas, serta pemberdayaan pasar tradisional sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Data dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) menunjukkan bahwa sampai tahun 2018 pemerintah telah merevitalisasi 4.211 pasar tradisional dari target keseluruhan sebanyak 5.248 pasar.¹⁴

Membeli di Pasar Tradisional dan Modern,” *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 6, no. 1 (2021): 17.

¹³ Andriani Ufitrotul, Hidayati Amalia Nur, dan Muhammad Alhad, “Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Marketing Strategy of Megaluh Jombang Traditional Market Traders in Increasing Sales during the Covid-19 Pandemic),” *Jurnal Sinar Manajemen* 09, no. 2 (2022): 287.

¹⁴ Ganis Yuni Saputri, “Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari (Analysis Impact Traditional Market Revitalization on Trades Income Bobotsari Traditional Market),” *Paradigma Multidisipliner* 1, no. 1 (2021): 120, <http://smkn1magelang.sch.id/jpm/index.php/jpm/article/view/1/1>.

Revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas serta kondisi fisik dan nonfisik pasar tanpa menghilangkan karakteristik dan keunggulan yang dimilikinya, sehingga mampu meningkatkan daya saing.¹⁵ Program revitalisasi diarahkan pada penerapan serta adopsi sistem pengelolaan pasar yang mengacu pada praktik manajemen perbelanjaan modern, khususnya dalam aspek kebersihan. Revitalisasi bertujuan untuk memperkuat kembali peran pasar tradisional dan memastikan bahwa wilayah atau daerah tersebut tetap berperan dalam masyarakat meskipun kemajuan teknologi dan perubahan zaman terus berlangsung.¹⁶

Berdasarkan temuan dari observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, sebelum pasar direvitalisasi keadaan pasar Manggisian sangatlah ramai pembeli dan keadaan ekonomi para pedagang sangatlah stabil. Namun, pasca direvitalisasi pedagang pasar Manggisian mengalami perubahan kondisi ekonomi yang terlihat dari perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi.¹⁷ Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh hasil sementara wawancara peneliti, sebelum revitalisasi rata-rata pedagang memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp. 1.000.000 per hari. Namun pasca revitalisasi, pendapatan kotor mengalami penurunan menjadi sekitar Rp. 300.000 per hari akibat berkurangnya jumlah pembeli pada masa awal penataan pasar. Selain itu, peningkatan biaya operasional juga turut mempengaruhi kondisi

¹⁵ Rodyatul Adawiyah, "Potensi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Ekonomi Pedagang," (*Skripsi*, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023), 120.

¹⁶ Hamzah Maulana, "Dampak Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang," (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023), 2.

¹⁷ Hasil Observasi di Pasar Manggisian oleh Laila Saniatur, Tanggul, 3 September 2025.

pendapatan pedagang. Sebelum revitalisasi, pedagang rata-rata mengeluarkan biaya operasional sekitar Rp. 15.000 per hari meliputi retribusi pasar, listrik, kebersihan, sewa kios, los, atau pelataran. Pasca revitalisasi biaya operasional meningkat menjadi sekitar Rp. 25.000 per hari karena adanya penyesuaian fasilitas dan retribusi pasar. Kenaikan biaya operasional tersebut berdampak pada penurunan pendapatan bersih pedagang. Jika sebelum revitalisasi mencapai sekitar Rp. 985.000 per hari, maka pasca revitalisasi menurun menjadi sekitar Rp. 275.000 per hari.¹⁸

Pasca revitalisasi, Pasar Manggisian mengalami penurunan aktivitas perdagangan yang relatif besar. Hal ini disebabkan oleh masih banyaknya pedagang yang belum melakukan relokasi dari Pasar Seninan ke lokasi baru di Pasar Manggisian. Akibatnya, pasar yang telah direvitalisasi tersebut tampak sepi, masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar Seninan dikarenakan lebih banyak pedagang yang berjualan sehingga lebih memiliki kelengkapan produk yang dibutuhkan masyarakat, selain itu jumlah pedagang di pasar Manggisian yang aktif berdagang jauh dari kapasitas yang tersedia. Hal ini membuat penjualan para pedagang turun, karena biasanya satu tempat menjual banyak jenis barang, namun kini jumlah barang yang dijual berkurang, sehingga secara alami mengurangi pendapatan mereka saat ini. Selain itu, ada perubahan jam operasional pasar. Sebelum direvitalisasi, pasar buka pukul 4 pagi sampai pukul 5 sore, namun setelah direvitalisasi, pasar hanya buka dari pukul 4 pagi sampai pukul 12 siang.¹⁹

¹⁸ Siti Rohma, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 28 Februari 2026.

¹⁹ Ani, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 3 September 2025.

Penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian terdahulu, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Musdalifah Ramadhani, 2023 tentang “Dampak Renovasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Lakessi Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)”. Berdasarkan temuan penelitian, disimpulkan bahwa kondisi sebelum direnovasi, pasar Lakessi terlihat kotor, bau tidak enak, bangunannya rusak, dan berbelanja di sana tidak menyenangkan. Setelah direnovasi, pasar kini terlihat lebih bagus, tidak terlalu kotor, dan berbelanja di sana terasa lebih nyaman. Pendapatan para pedagang setelah renovasi memiliki dua implikasi, yakni dampak positif dan dampak negatif. Dari sisi positif, bangunan pasar lebih baik dan nyaman, serta berbelanja lebih aman. Namun dari sisi negatif, pendapatan para pedagang justru menurun dan tidak lagi mencapai harapan. Dampak positif pada pendapatan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, karena dianggap jujur dan adil, serta harga barang sesuai dengan harga pasar. Sementara itu, dampak negatif pada pendapatan bertentangan dengan prinsip bisnis ekonomi syariah, karena melanggar larangan terhadap praktik manipulasi harga, seperti yang terjadi di pasar Lakessi di Parepare, di mana ada dampak positif dan negatif yang terjadi.

Kedua penelitian tersebut sama-sama membahas revitalisasi pasar tradisional dengan pendapatan pedagang berbasis syariah, perbedaannya berfokus pada pemilihan objek penelitian, target responden, dan fokus penelitian, yang membuat hasil penelitian keduanya memiliki implikasi yang berbeda.

Penelitian serupa kemudian dilakukan oleh Sayu Mainingsih, 2023 tentang “Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Berdasarkan temuan penelitian, pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional oleh pemerintah di Pasar Batumarta dianggap sebagai kebijakan yang tepat. Akan tetapi, penataan pasar yang belum optimal berdampak pada kurang efektifnya implementasi kebijakan revitalisasi. Kondisi perekonomian yang mengalami tekanan turut berdampak pada penurunan pendapatan pedagang. Meskipun demikian, secara umum kondisi Pasar Batumarta pasca pelaksanaan program revitalisasi menunjukkan perbaikan yang cukup nyata. Meskipun demikian, kondisi pasar tersebut memburuk sebagai dampak dari kebijakan yang diterapkan oleh pengelola pasar. Pengawasan, pengelolaan, dan pemeliharaan pasar yang tidak berjalan optimal menghambat keberhasilan program pembaruan dan menimbulkan persepsi negatif terhadap pengelola pasar, sehingga berdampak pada kondisi ekonomi pedagang. Program revitalisasi pasar tradisional di Pasar Batumarta dinilai tepat, namun dalam pelaksanaannya masih menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan bagi pedagang. Faktor tersebut berkaitan dengan rendahnya perhatian pemerintah dalam memperkuat kelembagaan dan sistem pasar, serta belum optimalnya fungsi pengawasan dan regulasi. Dalam pandangan Islam, sebagaimana teladan Rasulullah SAW, peran otoritas publik dalam pengelolaan pasar dipandang krusial sebagai upaya pencegahan terhadap praktik-praktik yang menyimpang (*al-munkar*).²⁰

²⁰ Sayu Mainingsih, “Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 01 (2023): 10.

Kedua penelitian tersebut sama-sama menjadikan pasar sebagai objek utama dalam penelitian. Perbedaannya adalah Sayu Mainingsih menilai kondisi revitalisasi berdasarkan nilai ekonomi Islam, sedangkan peneliti menyusun strategi peningkatan pendapatan pedagang berbasis nilai-nilai syariah.

Meskipun telah banyak dilakukan penelitian terkait revitalisasi pasar tradisional, sebagian besar fokusnya masih terbatas pada aspek fisik pasar, tingkat kenyamanan, atau kepuasan pedagang secara umum. Belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji strategi peningkatan pendapatan pedagang pasca revitalisasi yang berbasis nilai-nilai syariah, terutama di konteks lokal seperti Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul. Oleh sebab itu, penelitian ini tidak hanya difokuskan pada dampak revitalisasi pasar terhadap kondisi ekonomi pedagang, tetapi juga menerapkan pendekatan berbasis nilai-nilai syariah dalam merumuskan strategi peningkatan pendapatan pedagang. Pendekatan ini menjadi kebaruan (novelty) karena belum banyak digunakan dalam studi serupa, terutama dalam konteks pasar tradisional pasca revitalisasi. Selain itu, pemilihan Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul sebagai lokasi studi juga memberikan kontribusi kontekstual yang belum banyak dijadikan fokus penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan tujuan mendeskripsikan

“STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PEDAGANG BERBASIS NILAI-NILAI SYARIAH PASCA REVITALISASI PASAR MANGGISAN DI KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisan?
2. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah disebutkan di atas, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisan.
2. Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian harus memberikan beberapa manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi untuk memperluas pengetahuan serta pemahaman tentang Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan

Tanggul. Dan dapat berguna dalam hidup peneliti sebagai pemahaman teoritis yang peneliti peroleh di Universitas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas serta memperdalam temuan-temuan yang telah ada, sekaligus menawarkan wawasan baru terkait Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul.

b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai rujukan bagi penelitian dan pengembangan lebih lanjut, membantu para sarjana dalam menyelesaikan karyanya, serta turut memberikan literatur keilmuan bagi perpustakaan UIN Khas Jember khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

c. Bagi Pedagang

Diharapkan dapat bermanfaat bagi pedagang Pasar Manggisan dan membantu memperluas wawasan dan pengetahuannya.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Peningkatan

Strategi peningkatan adalah upaya terencana dan sistematis yang bertujuan untuk mendorong perbaikan dan pertumbuhan dalam berbagai aspek, seperti kualitas, kuantitas, atau kinerja suatu organisasi atau usaha.

Selaras dengan pendapat Zufiyardi bahwa strategi peningkatan merupakan serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kualitas, kuantitas, atau performa suatu aspek tertentu dalam organisasi, usaha, atau bidang lainnya.²¹

2. Pendapatan Pedagang

Pendapatan pedagang adalah aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk menciptakan keuntungan. Pendapatan pedagang merupakan seluruh penerimaan atau penghasilan yang diperoleh dari hasil aktivitas jual beli barang atau jasa.

3. Nilai-Nilai Syariah

Nilai-nilai syariah adalah prinsip-prinsip utama serta norma etika yang bersumber dari ajaran Islam, terutama Al-Qur'an dan Sunnah, yang berfungsi mengarahkan perilaku manusia dalam mewujudkan kehidupan yang selaras dengan kehendak Allah SWT. Dalam konteks perdagangan, nilai-nilai syariah menekankan pentingnya *sharia compliance*, yaitu kesesuaian seluruh aktivitas bisnis dengan prinsip-prinsip hukum Islam, seperti larangan riba, gharar, dan transaksi barang haram. Selain itu, diterapkan pula aspek *sharia transparency*, yang menuntut adanya keterbukaan dan kejujuran dalam informasi yang diterapkan dalam setiap aktivitas muamalah, khususnya dalam transaksi jual beli.

²¹ Zufiyardi et al., "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan di Toko Evi Tenggiri Pulau Balai Kota Bengkulu," *Jurnal Economic Edu* 4, no. 2 (2024): 164, <https://doi.org/10.36085/jee.v4i2.6134>.

4. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi pasar berarti memulai kembali fungsi pasar yang sudah tidak berjalan lagi karena adanya ketidaksesuaian atau kerusakan yang membuat para pedagang kesulitan untuk menjalankan usaha mereka dengan lancar. Revitalisasi pasar tradisional merupakan proses penataan kembali pasar dengan memanfaatkan seluruh potensi yang tersedia secara terintegrasi. Revitalisasi pasar dilakukan sebagai upaya meningkatkan daya saing pasar tradisional di tengah perkembangan pasar modern.

Berdasarkan penegasan istilah diatas, maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul” adalah suatu kajian yang menelaah bagaimana upaya terencana dan sistematis untuk memperbaiki dan mengembangkan kualitas, kuantitas, atau kinerja usaha, yang dalam penelitian ini difokuskan pada pendapatan pedagang sebagai penghasilan dari kegiatan transaksi barang atau jasa di Pasar Manggisan pasca revitalisasi. Pendapatan pedagang tersebut ditingkatkan dengan menerapkan nilai-nilai syariah, yaitu pada aspek *sharia compliance* dan *sharia transparency*.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I: Pendahuluan, bagian ini memuat latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian Pustaka, bagian ini menguraikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, serta landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis dalam penelitian.

BAB III: Metode Penelitian, bagian ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data, serta tahapan pelaksanaan penelitian secara keseluruhan.

BAB IV: Penyajian dan Analisis Data, bagian ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, proses pengumpulan data, hasil analisis data, serta pembahasan terhadap temuan penelitian.

BAB V: Kesimpulan, bagian ini adalah bagian penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang disusun berdasarkan temuan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Fajaruddin dan Talitha Rahma Elvina pada tahun (2025). Dengan judul “Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim Di Pasar Besar Ngawi.” Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung oleh teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan dampak positif terhadap aspek fisik, manajerial, dan kesejahteraan pedagang muslim. Dalam pandangan Maqashid Syariah, revitalisasi ini mendukung upaya perlindungan terhadap lima tujuan pokok syariah, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta meskipun masih terdapat tantangan dalam adaptasi digital bagi sebagian pedagang.²²
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul Maskuroh pada tahun (2025). Dengan judul “Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Peremberdayaan Ekonomi Umat: Studi Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Yosomulyo Pelangi.” Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini dihimpun dari 68 responden melalui teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pasar Yosomulyo Pelangi telah berhasil meningkatkan

²² Achmad Fajaruddin et al., “Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim di Pasar Besar Ngawi” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 237.

pendapatan masyarakat melalui kegiatan ekonomi berbasis komunitas yang mengedepankan prinsip larangan riba dan gharar, kejujuran, dan keberkahan (mabrur) dalam transaksi. Temuan ini menegaskan pentingnya revitalisasi pasar tradisional yang bukan hanya berbasis ekonomi melainkan juga nilai-nilai Islam sebagai dasar moral dan sosial dalam pemberdayaan masyarakat.²³

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sholeh pada tahun (2022). Dengan judul “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Pagotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara terhadap narasumber. Temuan penelitian menjelaskan bahwa program revitalisasi Pasar Pagotan dilatarbelakangi oleh kondisi bangunan yang buruk, minimnya fasilitas, dan kebutuhan mengikuti perkembangan zaman. Revitalisasi ini berdampak positif pada infrastruktur dan manajemen pasar, namun dari sisi ekonomi belum optimal. Kebijakan relokasi menyebabkan penurunan pendapatan sebagian pedagang, serta nilai-nilai keadilan dan persaingan sehat dalam perspektif Islam belum sepenuhnya terwujud.²⁴
4. Penelitian yang dilakukan oleh Ani Clarita pada tahun (2023). Dengan judul “Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang

²³ Diah Setyowati, “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang,” *Indicators : Journal of Economic and Business* 2, no. 1 (2021): 17, <https://doi.org/10.47729/indicators.v2i1.59>.

²⁴ Sholeh, “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Pagotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022), 2.

Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Panorama Kota Bengkulu).” Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif yang didukung oleh teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan kepustakaan. Temuan penelitian menjelaskan bahwa pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional Panorama memberikan pengaruh positif pada aspek fisik dan manajemen, meskipun pemeliharaan pasar perlu ditingkatkan. Ditinjau dari aspek ekonomi, pendapatan pedagang mengalami peningkatan yang signifikan, sementara hubungan sosial antar pedagang tetap baik. Namun, dalam perspektif ekonomi Islam, penerapan etika bisnis seperti kejujuran dan ketuhanan belum optimal karena masih terdapat praktik kecurangan dalam transaksi.²⁵

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Munir Hamid pada tahun (2022). Dengan judul “ Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembung.” Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara secara mendalam, pengamatan langsung, dan pencatatan dokumen. Temuan penelitian menjelaskan bahwa revitalisasi pasar tradisional berpengaruh besar terhadap kepuasan penjual. Melalui analisis SWOT, strategi peningkatan kepuasan dilakukan dengan menjaga kebersihan dan pelayanan pasar, mempererat kerja sama antara pengelola dan pedagang, memperbanyak serta melengkapi produk, memanfaatkan lokasi strategis, dan

²⁵ Ani Clarita, “Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Panorama Kota Bengkulu)” (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023), 5.

mengoptimalkan PAD untuk pembangunan pasar. Dalam pandangan Islam, persaingan di pasar harus dilakukan secara adil, tanpa kecurangan seperti talaqqi rukban, pengurangan timbangan, atau menyembunyikan cacat barang.

6. Penelitian yang dilakukan oleh M. Amin Qodri pada tahun (2023). Dengan judul “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Muslim di Pasar Perumnas Aurduri Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Penelitian ini menggunakan sumber data primer melalui kuesioner dan wawancara. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif-deskriptif. Data dianalisis menggunakan uji-t dan regresi linier berganda, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang melibatkan 86 responden. Temuan penelitian mengindikasikan adanya dampak positif revitalisasi Pasar Auduri terhadap pendapatan pedagang Muslim. Mayoritas pedagang berusia 31–40 tahun (46%), berjenis kelamin laki-laki (56%), dan berpendidikan terakhir SMA (56%). Pendapatan mingguan meningkat dari Rp1.500.000–Rp2.250.000 (63,9%) sebelum revitalisasi menjadi Rp2.250.000–Rp3.000.000 (63,9%) sesudahnya. Meski ada area yang masih kurang bersih, secara keseluruhan revitalisasi meningkatkan kesejahteraan pedagang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.²⁶

7. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Eka Pujilestari pada tahun (2023). Dengan judul “Revitalisasi Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan

²⁶ M. Amin Qodri, “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Muslim di Pasar Perumnas Auduri Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (*Skripsi*, Universitas Jambi, 2023), 8.

Kesejahteraan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian lapangan, dengan metode pengumpulan data berupa observasi langsung, wawancara, serta studi dokumentasi. Penelitian ini menerapkan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian mengindikasikan adanya pengaruh positif dari program revitalisasi Pasar Legi Ponorogo terhadap pedagang. Dinas perdagangan melaksanakan fungsi pengawasan pasar yang sepadan dengan peran mustahib melalui serangkaian kegiatan, meliputi penyelenggaraan operasi pasar, pelaksanaan kalibrasi ulang alat ukur, pemberian edukasi mengenai risiko penggunaan bahan pengawet, serta pengawasan insidental pada kondisi kelangkaan barang. Namun, peran dinas belum optimal karena status pasar belum dihibahkan ke pemerintah daerah, sehingga evaluasi dan inovasi terbatas. Faktor pendukung dan penghambat revitalisasi berasal dari lingkungan internal dan eksternal pasar. Meski sebagian pedagang mengalami penurunan pendapatan, tetapi para pedagang meningkatkan kesejahteraan, yang dalam Islam mencakup aspek kejujuran, keadilan, keterbukaan, serta hubungan baik dengan Allah, manusia, dan alam.²⁷

8. Penelitian yang dilakukan oleh Risdiana, Yoghi Bertianovie, dan Sonny Leksono, pada tahun (2023). Dengan judul “Dampak Proses Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Omzet Pedagang (Pada Pedagang di Pasar Gadang Lama Kota Malang).” Penelitian ini dilaksanakan dengan

²⁷ Tri Eka Pujilestari, “Revitalisasi Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023).

menerapkan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian membuktikan bahwa pelaksanaan revitalisasi fisik di Pasar Gadang Lama Malang menghasilkan perubahan visual yang signifikan melalui pembaruan menyeluruh terhadap kondisi pasar tradisional tersebut. Sejumlah pedagang menyambut positif perubahan ini, mengingat kondisi Pasar Gadang Lama Malang sebelum revitalisasi dinilai kurang layak.²⁸

9. Penelitian yang dilakukan oleh Zulkhalis pada tahun (2023). Dengan judul “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Lambaro Aceh Besar).” Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan analisis data berupa regresi linier berganda. Data primer dihimpun melalui instrumen kuesioner. Proses pengujian hipotesis dalam penelitian ini melibatkan uji parsial dan uji simultan dengan tingkat signifikan 5%. Temuan penelitian mengindikasikan adanya pengaruh revitalisasi pasar tradisional dan pemberdayaan sumber daya terhadap pendapatan pedagang. Sampai batas tertentu, revitalisasi pasar tradisional serta pemberdayaan kapasitas pedagang memiliki dampak positif ke pendapatan pedagang.²⁹
10. Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Fitriyanto pada tahun (2023). Dengan judul “Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan

²⁸ Risdiana, Yoghi Bertianovie, dan Sonny Leksono, “Dampak Proses Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Omzet Pedagang (Pada Pedagang di Pasar Gadang Lama Kota Malang),” *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)* / 4, no. 2 (2023): 45.

²⁹ Zulkhalis, “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Lambaro Aceh Besar)” (*Skripsi*, UIN Ar-Raniry, 2023), 14.

Kesejahteraan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Tugu Bandar Lampung).” Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis penelitian lapangan, yang didukung oleh penggunaan data primer dan sekunder. Temuan penelitian menemukan bahwa implementasi revitalisasi Pasar Tugu Bandar Lampung dinilai kurang tepat karena lemahnya pengelolaan manajemen pasar, sehingga menimbulkan dampak negatif bagi pedagang. Namun, dalam pandangan ekonomi Islam, revitalisasi ini tetap dianggap positif karena para pedagang memiliki kesadaran religius tinggi, tidak hanya berfokus pada keuntungan material, melainkan juga menjunjung aspek spiritual serta rasa syukur atas rezeki dari Allah SWT.³⁰

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Achmad Fajaruddin dan Talitha Rahma Elvina, 2025	Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim di Pasar Besar Ngawi	Persamaan penelitian Achmad Fajaruddin dengan peneliti terletak pada fokus kajian yang sama yaitu revitalisasi pasar terhadap pedagang pasar tradisional	Perbedaannya adalah penelitian Achmad Fajaruddin lebih fokus pada kesejahteraan para pedagang, sedangkan peneliti lebih fokus pada peningkatan pendapatan pedagang.

³⁰ Fajar Fitriyanto, “Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Tugu Bandar Lampung)” (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023), 2.

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
			dengan berbasis syariah.	
2.	Nikmatul Maskuroh, 2025	Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Pemberdayaan Umat: Studi Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Yosomulyo Pelangi	Persamaan penelitian Nikmatul Maskuroh dengan peneliti adalah sama-sama meneliti revitalisasi pasar berbasis syariah.	Perbedaannya adalah penelitian Nikmatul Maskuroh fokus pada revitalisasi sebagai upaya pemberdayaan ekonomi umat sedangkan peneliti lebih fokus pada strategi peningkatan pendapatan pedagang.
3.	Sholeh, 2022	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Pagotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Persamaan penelitian Sholeh dengan peneliti adalah sama-sama menjadikan pendapatan pedagang sebagai salah satu indikator utama yang diteliti.	Perbedaannya adalah penelitian Sholeh membahas hasil dari revitalisasi, sedangkan peneliti lebih fokus menggali upaya-upaya pedagang sesuai nilai-nilai syariah.
4.	Ani Clarita, 2023	Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam	Persamaan penelitian Ani Clarita dengan peneliti adalah sama-sama	Perbedaannya adalah penelitian Ani Clarita menggunakan etika bisnis sebagai tolak ukur moral

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Pandangan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Panorama Kota Bengkulu)	menggunakan nilai-nilai Islam sebagai dasar analisis.	dan perilaku usaha, sedangkan peneliti menggunakan nilai-nilai syariah sebagai dasar strategi peningkatan pendapatan
5.	Ahmad Munir Hamid, 2022	Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembang	Persamaan penelitian Ahmad Munir dengan peneliti adalah sama-sama membahas revitalisasi pasar tradisional.	Perbedaannya adalah Ahmad Munir lebih fokus membahas kepuasan pedagang, sedangkan peneliti lebih fokus membahas pendapatan pedagang
6.	M. Amin Qodri, 2023	Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Muslim di Pasar Perumnas Auduri Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Persamaan penelitian M. Amin dengan peneliti adalah sama-sama membahas program revitalisasi pasar dengan pendapatan.	Perbedaannya adalah M. Amin menggunakan pendekatan berdasarkan angka, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan berdasarkan penjelasan.
7.	Tri Eka Pujilestari, 2023	Revitalisasi Pasar Legi Ponorogo Dalam	Persamaan penelitian Tri Eka dengan peneliti	Perbedaannya dampak revitalisasi dalam

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
.		Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam	adalah sama-sama berfokus pada pedagang pasar tradisional sebagai subjek utama.	perspektif ekonomi Islam sedangkan peneliti membahas langkah-langkah strategis agar pendapatan pedagang meningkat.
8.	Risdiana Yoghi Bertianovide dan Sonny Leksono, 2023	Dampak Proses Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Omzet Pedagang (Pada Pedagang di Pasar Gadang Lama Kota Malang)	Persamaan penelitian Risdiana dan kawan-kawan dengan peneliti adalah fokus pada peningkatan ekonomi pedagang baik omzet atau pendapatan.	Perbedaannya penelitian Risdiana dan peneliti terdapat pada lokasi penelitian.
9.	Zulkhalis, 2023	Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Lambaro Aceh Besar)	Persamaan penelitian Zulkhalis peneliti adalah sama-sama membahas tentang peningkatan pendapatan pedagang pasca revitalisasi.	Perbedaannya adalah Zulkhalis lebih fokus pada pengaruh faktor internal dan eksternal revitalisasi pasar, sedangkan peneliti lebih fokus pada solusi peningkatan pendapatan pedagang.

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
10.	Fajar Fitriyanto, 2023	Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Tugu Bandar Lampung)	Persamaan penelitian Fajar Fitriyanto dengan peneliti adalah keduanya meneliti revitalisasi pasar dan keduanya menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya adalah lokasi penelitian.

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Kajian penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan memeperlihatkan adanya persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan penelitian-penelitian ini terletak pada fokus mengenai revitalisasi pasar yang berhubungan dengan pendapatan pedagang, dan yang membedakan penelitian ini fokus membahas bagaimana pedagang meningkatkan pendapatan pada aspek *sharia compliance* dan *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar.

B. Kajian Teori

1. Strategi Usaha

a. Pengertian Strategi Usaha

Menurut Kenneth Andrews, strategi merupakan pola tujuan, sasaran, kebijakan, serta rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi, termasuk penetapan bidang usaha yang

dijalankan dan arah perkembangan organisasi. Sementara itu, Griffin mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana yang bersifat komprehensif untuk mewujudkan sasaran organisasi. Berdasarkan pandangan tersebut, strategi dapat diartikan sebagai suatu proses perencanaan yang mencakup serangkaian langkah dan pendekatan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³¹

Strategi usaha merupakan konsep penting dalam manajemen bisnis yang berkaitan dengan upaya pelaku usaha dalam mencapai tujuan ekonomi melalui perencanaan dan tindakan yang sistematis. Strategi usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada kemampuan usaha dalam bertahan, beradaptasi, dan berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis.³²

Strategi usaha dalam perdagangan pasar merupakan serangkaian upaya yang dilakukan pedagang untuk mempertahankan dan meningkatkan kegiatan jual beli melalui pengelolaan produk, harga, pelayanan, serta hubungan dengan pelanggan agar usaha tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Berbeda dengan perusahaan besar, strategi usaha

³¹ Anggi Sirka Rinta, Dike Febriana, dan Retno Wulandari, "Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini," *Jurnal Multidisipliner Bharasumba* 1, no. 02 (2022): 200, <https://doi.org/10.62668/bharasumba.v1i02.201>.

³² Dedi Suwardi Bahagia, An Numan, dan Samin Saputra "Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bagsa* 1, no. 3 (2024): 126.

perdagangan pasar bersifat praktis, fleksibel, dan berbasis pengalaman langsung karena dipengaruhi oleh kondisi pasar, interaksi sosial, dan kebutuhan konsumen sehari-hari.³³

b. Jenis-Jenis Strategi Usaha

Pada dasarnya, strategi usaha dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu:³⁴

1) Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)

Strategi kepemimpinan biaya merupakan strategi usaha yang berorientasi pada kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk atau jasa dengan biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan pesaing sehingga mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada konsumen. Strategi ini menekankan efisiensi dalam seluruh aktivitas usaha, mulai dari pengadaan bahan baku, pengelolaan persediaan, hingga proses penjualan.

2) Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)

Strategi diferensiasi adalah produk yang ditawarkannya berbeda dari satu atau lebih para pesaing, melalui suatu cara atau banyak cara yang dapat dinilai oleh para pelanggan sehingga mempengaruhi pilihan pelanggan. Strategi diferensiasi

³³ Tri Yunitas Sari, Agus Hudoyo, Adia Nugraha, "Analisis Finansial dan Strategi Pengembangan Usaha Perdagangan Telur Eceran: Studi Kasus di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung," *JIIA* 3, no. 3 (2015): 243.

³⁴ Clara Sunarni, *Strategi Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, dan Pengelolaan Laba*, (Jawa Tengah: NEM, 2022), 213.

sering, tetapi tidak selalu dihubungkan dengan harga yang lebih tinggi, karena besarnya kenaikan membuat harga kurang tepat pada konsumen. Selain berdasarkan pada keunggulan biaya rendah, keberhasilan strategi akan dibedakan dalam banyak cara, diantaranya dengan cara menaikkan penampilannya, kualitas, *prestise*, ciri utama, jaminan pelayanan, reliabilitas atau keyakinan pada produk.

3) Strategi Hubungan Pelanggan (*Relationship Marketing Strategy*)

Strategi hubungan pelanggan merupakan strategi usaha yang berfokus pada pembangunan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan pelanggan melalui kepercayaan, komitmen, komunikasi, serta kepuasan pelanggan. Strategi ini menekankan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh transaksi sesaat, tetapi oleh hubungan berkelanjutan yang mampu menciptakan loyalitas konsumen.

c. Indikator Strategi Usaha

Strategi usaha dapat dianalisis melalui beberapa indikator yang menjadi ukuran dalam mencapai tujuan usaha, diantaranya:³⁵

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut

³⁵ Jackson R.S. Weenes, "Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta", *Jurnal EMBA* 1, no. 4 (2003): 609.

untuk memenuhi keinginan pelanggan. Keunggulan layanan dapat dibentuk melalui pengintegrasian empat pilar kualitas pelayanan yang saling berkaitan erat, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan pelayanan.

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat ukur untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa.

3. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar produk maupun inti produk itu sendiri.

4. Promosi

Promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.

2. Nilai-Nilai Syariah

a. Pengertian Nilai-Nilai Syariah

Nilai-nilai syariah merupakan karakteristik ajaran Islam yang memiliki kedudukan penting dan memberikan kemaslahatan bagi kehidupan manusia. Nilai-nilai ini tersebut tidak hanya mengatur relasi manusia dengan Allah SWT, tetapi juga menjadi pedoman dalam hubungan antar sesama manusia serta interaksi manusia dengan lingkungan alam. Nilai-nilai syariah berfungsi sebagai pedoman dan aturan yang harus dijadikan acuan dalam bertindak, sebagaimana bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Dengan demikian, nilai-nilai syariah dapat dimaknai sebagai landasan prinsip yang memberikan pedoman bagi manusia dalam menjalani kehidupan di dunia agar selaras dengan ajaran Islam.³⁶

Menurut Musrin, nilai-nilai syariah dapat dipahami sebagai seperangkat akhlak yang membentuk karakter muslim yang

³⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 252.

berkualitas, mendorong keterlibatan sosial, memperkuat kerja sama, serta menstimulasi upaya pengembangan diri, keluarga, dan penguatan akidah. Nilai-nilai syariah pada hakikatnya dapat dipahami sebagai seperangkat ketentuan normatif yang menjadi landasan perilaku manusia dalam menjalani kehidupan duniawi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.³⁷

b. Aspek-Aspek Nilai-Nilai Syariah

1. *Sharia Compliance* (Kepatuhan Syariah)

a) Pengertian *Sharia Compliance* (Kepatuhan Syariah)

Sharia Compliance (Kepatuhan Syariah) adalah melaksanakan ajaran Allah dalam kegiatan bisnis serta menghindari segala bentuk larangan yang berkaitan dengan-Nya. Kepatuhan syariah merupakan unsur dari tata kelola perusahaan yang bertujuan memastikan terpenuhinya seluruh prinsip serta ketentuan kelembagaan syariah.

Kepatuhan syariah juga disebut kepatuhan Islam terkadang juga dikaitkan dengan pembahasan sistem mutu. Hal ini menegaskan bahwa ketika tingkat kepatuhan syariah tinggi, maka akan berdampak pada tingginya kualitas manajemen, termasuk dalam suatu bisnis. Pemahaman mengenai kepatuhan syariah juga tercermin dari adanya

³⁷ M. Mursin, *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup Serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Wardah, 2010), 64.

kesepakatan bahwa kegiatan bisnis berbasis syariah harus memberikan kontribusi terhadap pembangunan masyarakat.

Bentuk kepatuhan syariah lainnya adalah bahwa bisnis syariah harus secara ketat menjaga perdagangan produk halal.³⁸ Menurut Sugandi kepatuhan syariah dalam berbisnis artinya menghindari praktik-praktik yang dilarang dalam kegiatan bisnis, seperti riba, gharar, maysir, penipuan, dan tindak pidana dalam berbisnis. Terdapat keselarasan antara ketentuan syariah Islam dan praktik bisnis yang dijalankan, baik pada tataran pemahaman maupun penerapannya. Dengan demikian, pengambilan keputusan dalam kegiatan usaha tidak hanya tidak semata-mata berlandaskan pada pertimbangan keuntungan dan kerugian secara material, melainkan juga pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip usaha yang telah ditetapkan dalam syariah Islam.³⁹

b) Prinsip-Prinsip *Sharia Compliance* (Kepatuhan Syariah)

Beberapa prinsip-prinsip sharia compliance menurut Muhammad Syafi'i Antonio, antara lain:⁴⁰

³⁸ Ika Yunia Fauzia, Wiwik Lestari, dan Tatik Suryani, "Understanding Sharia Compliance According To Indonesian Muslim Entrepreneurs And Business People," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2020): 56.

³⁹ Fakhry Zamzam dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 12.

⁴⁰ Akram Ista et al., "Riba, Gharar, Dan Maysir Dalam Sistem Ekonomi Akram," *Jurnal Tana Mana* 4, no. 3 (2024): 317, <https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/%0ARiba>.

1) Larangan riba

Secara etimologis, *riba* (al-ribā) bermakna tambahan atau peningkatan (*al-ziyādah*). Dalam pengertian kebahasaan, riba juga mengandung makna pertumbuhan (*al-numū*), kenaikan atau peningkatan (*al-'ulūw*), ketinggian (*al-rif'ah*), serta pertambahan (*al-rimā*).

Riba adalah kebiasaan yang secara jelas dilarang dan justru menciptakan lebih banyak kesulitan dibandingkan mengatasi masalah keuangan. Syafi'i Antonio menyatakan bahwa bunga bank dikategorikan sebagai riba sehingga penggunaannya tidak diperbolehkan, berdasarkan pandangan agama, usul fiqh, serta pertimbangan dari segi ekonomi.⁴¹

Dalam sistem perekonomian Islam, terdapat dua aspek fundamental yang perlu diperhatikan. Pertama, Al-Qur'an secara jelas melarang praktik riba dalam aktivitas transaksi keuangan serta mengecam upaya penumpukan kekayaan melalui berbagai aktivitas yang bertentangan dengan syariah, seperti spekulasi keuangan dan produksi minuman beralkohol.

⁴¹ Muhammad Rahel, Abd. Rokhim, dan Ahmadiono, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso" *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* 5, no. 2 (2022): 6.

Dari perspektif etika, Al-Qur'an menekankan pentingnya sikap tanggung jawab serta melarang praktik penipuan dan keserakahan dalam upaya memperoleh keuntungan. Seluruh ketentuan dan larangan tersebut bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan dalam aktivitas ekonomi dan bisnis agar prinsip keadilan tetap terjaga serta manusia dapat mencapai ketenangan batin. Terkait riba, keharaman perbuatan tersebut berlandaskan Al-Qur'an, Sunnah, serta ijma'. Ketentuan tersebut antara lain ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana tercantum dalam QS. Ali Imran ayat 130:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

Dalam ayat 130 tersebut, Allah SWT menegaskan larangan bagi orang-orang yang beriman untuk mengambil dan mempraktikkan riba. Kepatuhan terhadap larangan Allah SWT diyakini akan membawa keberuntungan bagi manusia.

2) Larangan Gharar

Secara etimologis, istilah gharar dalam bahasa Arab mengandung makna *al-khathr* yakni risiko atau

spekulasi, serta *majhūl al-‘āqibah* yang merujuk pada ketidakjelasan terhadap hasil akhir suatu transaksi. Istilah gharar juga dikenal dengan sebutan *al-mukhātharah* yang berarti pertaruhan dan *al-jahālah* yang menunjukkan adanya unsur kesamaran. Dengan demikian, gharar dapat dipahami sebagai bentuk ketidakpastian, penipuan, atau tindakan yang berpotensi merugikan pihak lain. Gharar juga mencakup berbagai jenis transaksi yang mengandung unsur kesamaran, pertaruhan, serta praktik perjudian (*gambling*).

Seluruh unsur tersebut dapat menimbulkan keraguan terhadap kejelasan hak serta tanggung jawab masing-masing pihak dalam jual beli atau transaksi. Dalam kajian fiqh, gharar diartikan sebagai ketidaktahuan terhadap konsekuensi suatu peristiwa dalam transaksi perdagangan, atau adanya ketidakpastian mengenai hasil yang baik maupun buruk. Allah SWT menunjukkan larangan gharar dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
 الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ
 تَعْلَمُونَ



Artinya: “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

Ayat ini menjelaskan tentang larangan mengambil sebagian harta orang lain dengan cara yang tidak sah. Makanan yang disebut dalam ayat ini merujuk pada tindakan pengambilan atau pencurian barang milik individu lain tanpa persetujuan atau tanpa alasan yang sah menurut hukum.

3) Larangan Maysir

Maysir memiliki beberapa arti, seperti lembut, patuh, kebutuhan, mudah, sederhana, kaya, berbagi, dan lainnya. Kata maysir mengacu pada cara mendapatkan kekayaan dengan mudah dan tanpa usaha. Maysir sering dikaitkan langsung dengan qimar, yang berarti perjudian.

Kata maysir berasal dari akar kata *yasara*, yang bermakna kemudahan atau sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan anak panah. Kata yasar juga bisa berarti kemakmuran, karena maysir memberi keuntungan, kemudahan, dan keringanan. Hal ini membuat maysir terasa seperti kebebasan tanpa perlu bekerja keras. Maysir dilarang dalam akad muamalah pada kegiatan bisnis dan perdagangan berbasis syariah. Maysir dapat dimaknai

sebagai upaya memperoleh keuntungan secara mudah tanpa melalui usaha atau kerja keras, sehingga mencakup segala bentuk aktivitas yang mengandung unsur perjudian, pertaruhan, maupun permainan yang bersifat spekulatif dan berisiko.

4) Produk Halal

Produk halal merupakan produk yang diproses dan dihasilkan sesuai dengan ketentuan syariat Islam, antara lain tidak mengandung unsur babi maupun bahan turunan yang berasal darinya. Praktik penyediaan produk halal yang dilakukan oleh pedagang dan pengelola usaha makanan tidak hanya berdampak positif bagi konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pedagang, baik dalam peningkatan pendapatan maupun dalam menjaga aspek kesehatan.⁴²

Produk yang telah memperoleh sertifikasi halal berfungsi sebagai sarana komunikasi tidak langsung antara produsen dan konsumen. Melalui sertifikasi tersebut tersampaikan pesan implisit yang mencerminkan perhatian produsen terhadap aspek keamanan dan kehalalan produk. Dengan demikian, produk halal

⁴² Andi Saputra dan Chandra Satria, "Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)," *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2021): 143.

merepresentasikan identitas produsen yang menunjukkan kepedulian terhadap kualitas serta kesesuaian produk untuk dikonsumsi oleh masyarakat muslim.⁴³

Kehalalan suatu makanan sekurang-kurangnya ditentukan oleh empat aspek, yaitu cara memperolehnya yang sesuai dengan ketentuan syariah, penggunaan bahan baku yang tidak haram, proses pengolahan yang halal, serta pengemasan yang memenuhi prinsip kehalalan. Berdasarkan keempat aspek tersebut, produksi pangan halal menjadi hal yang sangat penting bagi pedagang dan pemilik warung makan.⁴⁴ *Sharia Transparency* (Transparansi Syariah)

a. Pengertian *Sharia Transparency* (Transparansi Syariah)

Sharia Transparency (Transparansi Syariah) adalah keterbukaan dan kejelasan dalam hal penyampaian informasi antar pihak yang berinteraksi. Dalam konteks ekonomi syariah, yang dimaksud dengan semua informasi relevan mengenai transaksi, produk, risiko, dan ketentuan lainnya yang harus diungkapkan secara jelas tanpa menyembunyikan apapun untuk menghindari ketidakpastian

⁴³ Nikmatul Masrurah, "Domain of Religious Studies but Also Has Implications for Socio-Economic Studies . Halal Discourse Finds Space for Debate in Lecture Studies , Seminars , and Conferences Both at Local and International Levels . The Business Sector Also Gives Serious Atten" *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 14, no. 2, (2020): 329.

⁴⁴ Angga Dwi Prasetyo, Moh. Taufik, dan Ismail Yahya, "Sosialisasi Kriteria Sistem Jaminan Halal Pada Pedagang Warung Makan Sekitar Kampus Iain Surakarta," *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 7, no. 2 (2020): 144, <https://doi.org/10.32699/ppkm.v7i2.893>.

atau gharar dan penipuan. Salah satu prinsip dasar bisnis dan keuangan berbasis syariah adalah transparansi syariah. Hakikat transparansi bukan sekedar persoalan teknis melainkan bagian dari etika bisnis yang harus diupayakan dalam upaya mewujudkan keadilan, kejujuran, dan keterbukaan dalam kegiatan perekonomian. Keterbukaan informasi meliputi penyebutan secara rinci tentang objek kontrak, harga, kualitas barang atau jasa, serta semua syarat dan ketentuan yang berlaku.⁴⁵

Setiap aspek dan dimensi kegiatan menjadi lebih jelas konsep transparansi, yang memastikan bahwa semua informasi tersedia secara jujur sesuai tuntutan manajemen dan pemangku kepentingan. Ketika negara menyediakan informasi pengelolaan sumber daya publik kepada lembaga yang memerlukannya, hal ini disebut dengan transparansi atau keterbukaan. Mengabaikan keterbukaan (transparansi) niscaya akan berujung pada penyalahgunaan kekuasaan pribadi demi keuntungan finansial. Keinginan untuk menghasilkan uang (kekayaan) melalui cara-cara yang meragukan (penyuapan, korupsi, kolusi, pembayaran komisi,

⁴⁵ Siti Amarah, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh, "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor," *Global Business and Finance Review* 28, no. 3 (2023): 35, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

manipulasi, dan sebagainya) adalah salah satu dari banyak elemen yang mendorong kurangnya transparansi.⁴⁶

b. Prinsip-Prinsip *Sharia Transparency* (Transparansi Syariah)

Prinsip transparansi menurut pemikiran al-Ghazali secara umum melibatkan kejujuran dan keadilan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis dan berinteraksi dengan sesama. Sehingga terdapat beberapa prinsip transparansi yang ditekankan oleh Imam al-Ghazali meliputi:⁴⁷

1) Kejujuran (*As-Sidq*)

Kejujuran dalam transparansi disini fokus pada keterbukaan informasi termasuk memberikan informasi yang akurat, akuntabilitas, lengkap dan tidak menyesatkan kepada orang lain serta menghindari penyembunyian dan kecurangan sehingga semua pihak tidak merasa dirugikan. Ajaran imam al-Ghazali menekankan bahwa kejujuran adalah landasan penting untuk membangun kepercayaan masyarakat.

2) Keadilan (*'Adl*)

Transparansi harus berlandaskan pada prinsip keadilan, sehingga setiap manusia diperlakukan dengan

⁴⁶ Dwi Novita Sari, Kavita Sapna Previdayana, dan Mohamad Djasuli, "Implementasi Prinsip Transparansi Dalam Kaidah Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 2, no. 1 (2022): 913, <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i3.343>.

⁴⁷ Ahmad Juwaini, *Transparansi Menurut Islam*, (Jakarta: Pustaka Madani, 2010), 22.

adil dan tidak dimanfaatkan atau dirugikan dalam suatu transaksi. Aspek keadilan disini fokus pada keterbukaan informasi dan akses yang adil terhadap informasi kepada pihak yang berkepentingan, sehingga tidak ada yang dirugikan oleh ketidaktahuan. Keadilan dalam transparansi memastikan semua orang bisa mendapatkan informasi yang penting dan relevan secara sama.

3) Keterbukaan

Keterbukaan dalam prinsip transparansi berarti menyediakan informasi secara terbuka dan jelas, serta melibatkan partisipasi dari berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan. Mendorong kejelasan dalam berkomunikasi dan mengambil keputusan di bidang bisnis. Mencegah tindakan tidak sopan seperti penipuan, penyampaian informasi yang tidak benar, atau menyembunyikan kebenaran.⁴⁸

2. *Sharia Relationship Marketing*

a. Pengertian *Sharia Relationship Marketing*

Sharia Relationship Marketing merupakan pengembangan dari pemasaran hubungan (*Relationship Marketing*) dengan kepatuhan syariah (*Sharia Compliance*). Banyak ahli yang mengemukakan pengertian *Relationship Marketing*. Pengertian

⁴⁸ M.F. Hidayatullah, Fauzan, Nur Ika Mauliya, Nurul Setianingrum, *Etika Bisnis Dan Profesi*, (Tangerang: Indigo Media, 2023), 161.

yang mereka kemukakan pada intinya memiliki maksud yang sama. Jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia *Relationship Marketing* bisa diartikan sebagai pemasaran hubungan atau pemasaran relasional.⁴⁹

Sharia relationship marketing atau pemasaran hubungan berbasis syariah merupakan strategi pemasaran yang menekankan pada pembangunan hubungan jangka panjang antara penjual dan pelanggan berdasarkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, transparansi, serta tanggung jawab sosial. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada transaksi jangka pendek, tetapi pada keberlanjutan hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen.⁵⁰

Sharia Relationship Marketing berperan dalam membangun hubungan emosional dan spiritual antara pelaku usaha dan pelanggan yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan dan loyalitas konsumen. *Sharia Relationship Marketing* menekankan pentingnya menjaga hubungan berkelanjutan melalui pelayanan yang baik, komunikasi yang sopan, serta pemenuhan hak-hak konsumen secara adil. Keberhasilan *Sharia Relationship Marketing* dapat dilihat melalui terbentuknya *trust* (kepercayaan) yang

⁴⁹ M. Bagus Ismail, Akbar Ardiansyah, dan Muntiyah Agustiniingsih, "Karakteristik *Sharia Relationship Marketing*," *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, Keagamaan, dan Humaniora* 1, no. 1 (2022): 12.

⁵⁰ Anita Rahmawaty, "Model *Sharia Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum* 49, no. 2 (2015): 364.

kemudian mendorong *repeat purchase* (pembelian ulang) dan berkembang menjadi loyalitas pelanggan.⁵¹

b. Prinsip *Sharia Relationship Marketing*

Sharia Relationship Marketing merupakan pemasaran yang menekankan pembangunan hubungan jangka panjang antara pedagang dan konsumen berdasarkan nilai-nilai syariah. Pendekatan ini diwujudkan melalui beberapa prinsip utama yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis secara islami, antara lain:

1. Kejujuran

Kejujuran adalah sikap yang mengatakan kebenaran tanpa berbohong atau menyampaikan sesuatu yang tidak sesuai dengan fakta. Agama Islam secara tegas melarang segala bentuk penipuan dan upaya memperdaya orang lain. Nilai kebenaran ini mempengaruhi langsung semua pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan. Kejujuran yang diterapkan oleh seorang pedagang akan mendatangkan ketentraman hati dan mendatangkan keadilan. Jika keadilan sudah terjadi dalam pasar, maka hubungan antara pedagang dan pembeli menjadi harmonis dan ini sesuai dengan apa yang diharapkan oleh adanya etika bisnis Islam.

⁵¹ Firna Nahwa Firdausi dan Farid Andyansyah, "Implementation of Sharia Relationship Marketing Strategy as a Solution to Increase Linkaja Syariah Consumer Loyalty," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 13, no. 1 (2023): 77.

2. Amanah

Amanah yaitu sikap dapat dipercaya dalam memenuhi janji dan menjaga keutuhan barang yang dititipkan atau dipesan oleh pelanggan. Sikap ini menunjukkan kesadaran moral bahwa transaksi yang dilakukan tidak hanya berkaitan dengan hubungan sosial, tetapi juga merupakan bagian dari pertanggungjawaban spiritual.⁵²

3. Transparansi

Transparansi adalah prinsip keterbukaan, kejujuran, dan kemudahan akses informasi bagi publik mengenai proses, kebijakan, dan hasil kerja suatu entitas. Transparansi bertujuan untuk membangun kepercayaan, mencegah korupsi, meningkatkan akuntabilitas, serta memungkinkan pengawasan dan partisipasi masyarakat secara langsung.

4. Ihsan

Ihsan merupakan prinsip etika yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga praktis, karena ia mendorong individu untuk mengedepankan kualitas, kejujuran, dan keadilan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kerja, pelayanan publik, dan aktivitas bisnis. Dengan demikian, prinsip ihsan menjadi fondasi penting dalam membangun budaya kerja yang

⁵² Try Isnawati, Zainuridla, dan Ach. Faqih Supandi, "Etika Bisnis Islam dan Transparansi Transaksi: Studi Pada Perdagangan Daging Ayam di Pasar Rakyat," *Jurnal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2025): 12.

tidak hanya profesional, tetapi juga bermoral dan bertanggungjawab secara spiritual. Dalam konteks bisnis, prinsip ihsan menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memenuhi standar minimal kewajiban, tetapi juga melampauinya dengan memberikan layanan yang penuh perhatian, jujur, dan bermutu tinggi.⁵³

5. Ukhuwah

Ukhuwah adalah kekuatan iman dan spiritual yang dikaruniakan Allah kepada hamba-Nya yang beriman dan bertakwa yang menumbuhkan perasaan kasih sayang, persaudaraan, kemuliaan, dan rasa saling percaya terhadap saudara seakidah. Dengan berukhuwah akan timbul sikap saling menolong, saling pengertian, dan tidak mendzholimi harta maupun kehormatan orang lain yang semua itu muncul karena Allah semata.⁵⁴

c. Dampak *Sharia Relationship Marketing*

Sharia Relationship Marketing menimbulkan beberapa dampak yang dapat diamati dalam aktivitas perdagangan:

1. *Trust* (Kepercayaan)

Trust (kepercayaan) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat

⁵³ Joko Wiyono, "Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima di Cafe Gadex Pacet Mojokerto," *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2020): 2.

⁵⁴ Selamat Hartanto, "Ukhuwah Islamiyah Sebagai Spirit Pembangunan Ekonomi Umat (Wacana Zakat Sebagai Tonggak Kemajuan Umat Islam)," *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 427.

konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Rofiq mendefinisikan *trust* (kepercayaan) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayai tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik dan sesuai yang diharapkan.⁵⁵

Trust dalam konteks pembelian merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung pada pihak lain dan rentan terhadap tindakan pihak lain selama proses belanja, dengan harapan bahwa pihak lain akan melakukan praktik yang dapat diterima dan dapat memberikan produk dan layanan yang dijanjikan.⁵⁶

2. Repeat Purchase

Repeat Purchase atau pembelian ulang merupakan salah satu indikator penting dalam menilai loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau merek. Tindakan pembelian ulang menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya merasa puas dengan pengalaman sebelumnya, tetapi juga memiliki kepercayaan dan preferensi berkelanjutan terhadap produk yang digunakan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan

⁵⁵ Syarafuddin Z, Suharyono, dan Srikandi Kumadji “Pengaruh Komunikasi *Electronicword of Mouth* Terhadap Kepercayaan (*Trust*) dan Niat Beli (*Purchase Intention*) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 67.

⁵⁶ Indirasari Cynthia Setyopawarti, “Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia,” *Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi* 3, no. 3 (2019): 113.

konsumen untuk melakukan pembelian ulang, diantaranya adalah promosi, harga, dan produk itu sendiri.⁵⁷

3. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. Loyalitas pelanggan cenderung mengunjungi perilaku konsumen atau keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang identik secara terus menerus.⁵⁸

4. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil ekonomi yang diterima oleh individu atau pelaku usaha sebagai konsekuensi dari keterlibatannya dalam kegiatan produktif, termasuk transaksi penjualan barang di pasar. Tingkat pendapatan memegang peranan yang signifikan

⁵⁷ Nanta Wahdaningsih dan Muhammad Arif Budiman Sucipto “Repeat Purchase Sebagai Wujud Hedonisme Pada Remaja Pengguna Online Shop,” *Jurnal Bimbingan Konseling* 11, no. 2 (2025): 194.

⁵⁸ Sri Rahayu dan Mugi Harsono, “Loyalitas Konsumen: Konseptualisasi, Antaseden, dan Konsekuensi,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1582.

dalam menunjang keberlangsungan hidup individu maupun perusahaan, karena semakin besar pendapatan yang diperoleh, semakin luas pula kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, pengeluaran, dan aktivitas. Besaran pendapatan yang diterima seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya usia, jenis kelamin, kompetisi, tingkat pendidikan, serta pengalaman kerja.⁵⁹

Menurut Kieso, Warfield dan Weygandt, pendapatan dapat dipahami sebagai aliran masuk yang berasal dari manfaat ekonomi yang diterima oleh suatu entitas. Sementara itu, menurut Skousen dan Stice, pendapatan dapat diartikan sebagai arus masuk berupa kas atau bentuk imbalan lainnya, baik secara tunggal maupun gabungan, yang diperoleh perusahaan sebagai hasil dari kegiatan penyediaan atau produksi barang, pemberian layanan, serta pelaksanaan aktivitas operasional utama perusahaan.⁶⁰

Pendapatan merupakan kenaikan manfaat ekonomi yang terjadi dalam suatu periode akuntansi, yang tercermin dari adanya arus masuk atau bertambahnya aset, maupun berkurangnya liabilitas, sehingga berdampak pada peningkatan ekuitas perusahaan

⁵⁹ Abdul Hakim, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah," *Jurnal Ekonomi STIEP* 3, no. 2 (2018): 32, <https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.8>.

⁶⁰ Marchel Christian P., Vecky A.J.Masinambow, dan Albert T.Londa, "Perbandingan Tingkat Pendapatan Petani Kelapa di Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Kasus di Desa Ongkaw I dan Desa Tiniawangko Kecamatan Sinonsayang)," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 2 (2016): 234.

yang tidak berasal dari setoran pemilih. Pengertian ini pada dasarnya sejalan dengan konsep pendapatan dalam ilmu ekonomi.⁶¹

Kriteria pendapatan yang digunakan dalam konteks pendapatan nasional mencakup penetapan batasan pendapatan untuk kategori rendah, menengah, dan tinggi. Adapun kriteria masing-masing kelompok dapat diuraikan sebagai berikut:⁶²

a. Kriteria pendapatan rendah

- 1) Kelompok masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan berkisar antara Rp1.000.000 hingga Rp10.000.000 per tahun, dengan rata-rata pendapatan sekitar Rp750.000 per individu setiap bulan.
- 2) Tidak memiliki pekerjaan yang berkelanjutan.
- 3) Belum memiliki hunian permanen dan masih menempati tempat tinggal sewaan.
- 4) Memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah.

b. Kriteria pendapatan menengah

- 1) Penduduk yang memiliki rata-rata tingkat pendapatan antara Rp10.000.000 hingga Rp25.000.000 per tahun, atau setara sekitar Rp1.250.000 per individu setiap bulan.
- 2) Memiliki sumber penghasilan yang berkelanjutan.

⁶¹ Vina Andita, Wawat Hermawat, dan Neneng Sri Hartati, "Pengaruh Jumlah Pelayanan Rawat Jalan, Rawat IGD dan Rawat Inap Terhadap Tingkat Pendapatan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Cideres Kabupaten Majalengka," *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Cirebon* 14, no. 2 (2019): 372.

⁶² Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas Dan Pendapatan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 16.

3) Menempati hunian dengan kondisi sederhana.

4) Memiliki latar belakang pendidikan tertentu.

c. Kriteria pendapatan tinggi

1) Kelompok masyarakat dengan penghasilan antara Rp25.000.000 hingga Rp50.000.000 per tahun, atau rata-rata sekitar Rp2.500.000 per kapita per bulan.

2) Memiliki lahan sebagai aset serta peluang kerja yang tersedia secara memadai.

3) Menempati tempat tinggal yang bersifat permanen.

4) Memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan:

1. Modal

Setiap bisnis membutuhkan uang untuk berjalan dan menghasilkan keuntungan. Dalam bisnis penjualan, semakin tinggi jumlah produk yang dipasarkan, semakin besar pula keuntungan yang diperoleh. Agar bisa menjual lebih banyak, perusahaan harus membeli barang atau membayar biaya operasional, sehingga tujuan para pengusaha untuk menghasilkan keuntungan bisa tercapai, dan akhirnya pendapatan juga meningkat.⁶³

⁶³ Samsul Ma'arif, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang," *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 2 (2013): 3.

2. Jam Kerja

Jam kerja dapat diartikan sebagai jumlah waktu yang dialokasikan oleh individu untuk melaksanakan serta menyelesaikan aktivitas atau tugas-tugas pekerjaan. Karyawan biasanya mampu menuntaskan pekerjaan yang diberikan kepada mereka, tergantung pada kemampuan, pengalaman, dan durasi waktu yang dimiliki. Untuk mengetahui jam kerja, terdapat indikator seperti shift pagi, siang, dan malam. Jam kerja bisa terjadi di siang hari maupun malam hari. Mengatur pekerjaan ke depan menjadi metode penting dalam mengelola waktu secara lebih baik. Dengan manajemen waktu yang baik, akan terasa lebih efisien dalam mengefisienkan waktu dan tenaga. Jam kerja merupakan salah satu dari empat aspek dalam organisasi yang berpotensi menimbulkan stress kerja pada karyawan. Beberapa faktor seperti karakteristik pekerjaan dan lingkungan kerja juga berkontribusi pada tingkat stres yang dirasakan. Jam kerja normal biasanya dianggap sebagai hari kerja dengan waktu yang cukup untuk istirahat.

3. Lokasi Usaha

Lokasi merupakan faktor yang berperan dalam mendorong biaya dan pendapatan, serta sering kali memiliki pengaruh strategis dalam perumusan kebijakan bisnis perusahaan. Penentuan lokasi usaha yang tepat merupakan salah

satu faktor utama yang berperan penting dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Keputusan ini sangat tergantung pada kemampuan dan konsistensi kemajuan ekonomi, saingan, kondisi politik, dan lainnya. Sebelum mendirikan pabrik, pemilihan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap besarnya biaya produksi, penetapan harga produk, serta daya saing perusahaan di pasar. Lokasi juga sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli barang tersebut.

4. Lama Usaha

Lamanya keterlibatan seseorang pedagang dalam menjalankan usahanya berkontribusi pada peningkatan pengetahuan dan pengalaman, yang selanjutnya berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diperoleh. Semakin panjang masa keterlibatan pelaku usaha dalam bidang perdagangan, semakin berkembang pula pemahamannya terhadap perilaku konsumen dan dinamika pasar. Peningkatan keterampilan berdagang tersebut turut memperluas jaringan relasi bisnis serta jumlah pelanggan yang diperoleh. Selain itu, lamanya pedagang menjalankan usaha juga berkontribusi pada akumulasi pengalaman yang semakin beragam. Lamanya suatu usaha dapat menghasilkan akumulasi pengalaman berwirausaha yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam mengamati dan bersikap dalam menjalankan aktivitas bisnis. Semakin panjang

pengalaman pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perdagangan, semakin tinggi pula tingkat pemahaman yang dimilikinya terhadap perilaku konsumen serta dinamika pasar. Dengan demikian, lamanya usaha yang dijalankan berperan dalam membentuk pengalaman yang berpengaruh terhadap pola pengamatan dan perilaku pelaku bisnis.⁶⁴

c. Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan merujuk pada total penerimaan individu atau rumah tangga yang dihimpun dalam kurun waktu tertentu. Secara umum, pendapatan dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu:⁶⁵

1. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi dapat dipahami sebagai sejumlah dana yang tersedia dan dapat digunakan oleh rumah tangga dalam suatu periode tertentu untuk memenuhi kebutuhan, tanpa menyebabkan peningkatan maupun penurunan aset bersih (*net asset*). Jenis pendapatan ini meliputi antara lain upah atau gaji, pendapatan bunga dari simpanan deposito, serta berbagai bentuk penerimaan transfer yang bersumber dari pemerintah.

⁶⁴ Budi Prihatminingtyas, "Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari" *Jurnal Manajemen dan akuntansi* 7, no. 2 (2019): 148.

⁶⁵ Anggia Ramadhan, Radian Rahim, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*, (Sukoharjo: CV. Tahta Media Group, 2023), 6.

2. Pendapatan Uang

Pendapatan uang yaitu total penerimaan dalam bentuk uang yang diperoleh suatu keluarga dalam jangka waktu tertentu sebagai kompensasi atas pemanfaatan tenaga kerja atau faktor-faktor produksi. Jenis pendapatan ini tidak mencakup penerimaan non-tunai, khususnya pembayaran *transfer*. Secara umum, besaran pendapatan uang lebih rendah dibandingkan dengan pendapatan ekonomi.

Berdasarkan teori Milton Friedman yang menggunakan asumsi pendapatan permanen, pendapatan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain sebagai berikut:

a. Pendapatan permanen merupakan penghasilan yang diperoleh secara berkelanjutan dan dapat diperkirakan sebelumnya.⁶⁶ Pendapatan permanen ini selanjutnya dibedakan ke dalam tiga kelompok, yaitu:

1) Pendapatan berupa gaji atau upah merupakan penghasilan yang diperoleh sebagai kompensasi atas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang telah diselesaikan dalam periode waktu tertentu, baik secara harian, mingguan, maupun bulanan.

⁶⁶ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid 2*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), 361.

2) Pendapatan yang berasal dari usaha sendiri merupakan selisih antara total nilai output yang dihasilkan dengan keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Selisih tersebut dipandang sebagai pendapatan yang berasal dari usaha pribadi atau usaha yang dijalankan bersama keluarga, dengan biaya sewa aset umumnya tidak dimasukkan dalam perhitungan.

3) Pendapatan yang bersumber dari usaha lain merupakan penghasilan yang diperoleh tanpa keterlibatan langsung tenaga kerja, serta bersifat sebagai pendapatan tambahan. Contohnya meliputi hasil penyewaan aset, pemberian dari pihak lain, serta penerimaan dana pensiun.

b. Pendapatan sementara merupakan jenis penghasilan yang diperoleh secara insidental dan tidak dapat diprediksi sebelumnya, seperti hibah, bantuan dari pihak lain, serta bentuk penerimaan sejenis lainnya. Adapun jenis pendapatan yang diterima individu berdasarkan cara perolehannya, yaitu:

1) Pendapatan kotor merupakan seluruh penghasilan yang diterima individu sebelum dikurangi oleh berbagai biaya yang timbul dalam proses penjualan.

- 2) Pendapatan bersih merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh individu setelah dikurangi seluruh biaya yang timbul dalam proses penjualan.

d. Pendapatan dalam Islam

Islam lebih menghargai seseorang yang berhasil, rajin bekerja, dan memiliki kemampuan dibandingkan dengan orang yang malas. Allah SWT Yang Maha Mengetahui, Maha Kuasa, dan Maha Perkasa memiliki kekuasaan mutlak dalam menentukan kehidupan, kedudukan, status, kekayaan, serta berbagai karunia lainnya kepada sebagian manusia dibandingkan dengan sebagian yang lain. Karena itu, Allah menyalurkan rezeki-Nya kepada manusia, tetapi ada sebagian orang yang tidak mau berbagi rezeki mereka kepada manusia lain. Dalam Islam, sikap menghargai memperbolehkan seseorang memperoleh penghasilan yang berbeda dari orang lain karena usaha dan kerja keras yang mereka tanamkan.

Firman Allah dalam Surah An-Nahl, ayat 71:

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ ۖ فَمَا الَّذِينَ فُضِّلُوا
بِرَادَىٰ رِزْقِهِمْ عَلَىٰ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَهُمْ فِيهِ سَوَاءٌ ۗ أَفَبِنِعْمَةِ اللَّهِ
تَجْحَدُونَ

Artinya: “Dan Allah melebihkan sebagian kamu atas sebagian yang lain dalam hal rezeki, tetapi orang yang dilebihkan (rezekinya itu) tidak mau memberikan rezekinya kepada para hamba sahaya yang mereka miliki, sehingga mereka sama-sama (merasakan) rezeki itu. Mengapa mereka mengingkari nikmat Allah?”

Kita dituntut untuk bekerja secara tekun dan penuh semangat dengan menunjukkan sikap tangguh, ulet, serta antusias dalam menjalankan pekerjaan. Melalui upaya tersebut, diharapkan dapat dicapai produktivitas yang optimal sehingga mampu menghasilkan pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup, meningkatkan kesejahteraan, membiayai kebutuhan keluarga, serta menyediakan hunian yang layak. Dalam pelaksanaannya, setiap aktivitas kerja maupun usaha perdagangan harus tetap berlandaskan prinsip etika Islam, seperti tidak mencuri, tidak menimbang secara tidak jujur, dan larangan menggunakan bunga.⁶⁷



⁶⁷ Farhan Hamudi, Ahsan Putra Hafidz, dan Nova Erliyana, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Aurduri Kota Jambi," *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 3 (2023): 163, <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i3.2153>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan menggali pemahaman yang komprehensif terhadap situasi sosial yang diamati secara langsung. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang strategi peningkatan pendapatan pedagang berbasis nilai-nilai syariah pasca revitalisasi pasar Manggisan. Pendekatan kualitatif menekankan pada fenomena yang berkaitan dengan perilaku, pemikiran, dan dorongan yang berdasarkan pengalaman para partisipan dalam konteks tertentu. Data dijelaskan secara naratif menggunakan bahasa yang kemudian dianalisis melalui berbagai metode alamiah.⁶⁸

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan, menerangkan, dan memvalidasi fenomena yang sedang diteliti secara rinci dan akurat. Adapun alasan peneliti memilih jenis penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendetail tentang kenyataan yang ada seputar fokus penelitian yaitu strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisan dan strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan.

⁶⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 130.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan sebagai wilayah berlangsungnya seluruh proses penelitian. Wilayah penelitian pada umumnya meliputi tempat-tempat (desa, lembaga, kegiatan, dokumen, dan lainnya) serta unit analisis. Dalam prosesnya informasi data ini sangat berpengaruh guna mencapai sasaran penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Manggis, Kecamatan Tanggul, yang ditetapkan sebagai objek penelitian. Alasan peneliti mengambil di pasar Manggis Kecamatan Tanggul dikarenakan tidak semua pasar tradisional sudah melewati proses revitalisasi. Faktanya pasar Manggis telah direvitalisasi yang membuat penelitian ini relevan dan aktual, karena bisa melihat dampak nyata revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang dan bagaimana pedagang meningkatkan pendapatannya dengan berbasis nilai-nilai syariah sehingga lokasi ini dapat mempengaruhi hasil dan relevansi penelitian. Akses ke lokasi ini juga cukup baik sehingga memudahkan pelaksanaan penelitian secara efisien.

C. Subyek Penelitian

Dalam penentuan sumber data yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, teknik purposive digunakan dalam penelitian ini untuk memilih sumber data secara selektif sesuai dengan pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan dengan menyesuaikan karakteristik sumber data agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus dan tujuan penelitian.⁶⁹ Pertimbangan khusus ini bisa meliputi, misalnya

⁶⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenada Media, 2016).

mengidentifikasi orang-orang yang memiliki pengetahuan yang relevan yang dibutuhkan oleh peneliti, atau narasumber yang merupakan individu yang tepat dan komprehensif untuk pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan 7 informan sebagai berikut:

1. Mantri Pasar Manggisan

Peneliti mengambil subyek Mantri pasar Manggisan yaitu Bapak Sugeng Purwanto karena orang yang mengelola dan mengetahui kondisi yang terjadi di Pasar Manggisan.

2. Operator dan Kebersihan Pasar Manggisan

Peneliti mengambil subyek operator dan kebersihan pasar Manggisan yaitu Bapak Maryono karena beliau bukan pelaku jual beli secara langsung, sehingga beliau cenderung memberikan pandangan yang lebih netral tentang situasi pasar dan perubahan perilaku pedagang setelah revitalisasi.

3. Pedagang Pasar Manggisan

Peneliti mengambil subyek pedagang pasar Manggisan yaitu Ibu Siti Rohma, Ibu Ani, Ibu Febi, Ibu Sunarti, Ibu Ima karena mereka paling terdampak revitalisasi pasar sehingga memberikan data yang tepat dan secara langsung mendukung fokus penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap krusial dalam penelitian, karena pencapaian tujuan studi sangat bergantung pada ketersediaan data yang valid, akurat, dan relevan dengan fokus penelitian. Tanpa kemampuan yang cukup

dalam menguasai teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mampu menghasilkan data yang sesuai dengan standar metodologis yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif umumnya bersifat fleksibel, disesuaikan dengan konteks masalah dan jenis informasi yang dibutuhkan. Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Dalam penelitian ini, teknik yang diterapkan adalah observasi partisipasi pasif. Observasi partisipasi pasif merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mengamati situasi atau perilaku tanpa ikut serta secara langsung dalam aktivitas atau interaksi yang sedang diteliti. Peneliti berperan sebagai pengamat yang netral tidak mempengaruhi kegiatan yang terjadi di lapangan dan peneliti fokus mencatat secara detail setiap perilaku, kejadian, dan interaksi yang terjadi di lapangan. Tujuannya yaitu untuk mendapatkan pemahaman yang obyektif mengenai fenomena yang diteliti di lapangan.⁷⁰

Melalui penerapan teknik observasi ini, peneliti dapat mengumpulkan data tentang Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* pasca revitalisasi Pasar Manggis.

⁷⁰ Amtai Alasan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), 75.

b. Strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia tranparency* pasca revitalisasi Pasar Manggisan.

2. Wawancara

Teknik wawancara semi terstruktur digunakan dalam penelitian ini sehingga pewawancara dapat menyesuaikan pertanyaan secara fleksibel untuk memperoleh informasi yang valid. Pertanyaan yang dibuat tidak perlu mengikuti urutan tertentu, dan pemilihan kata tidak bersifat tetap, melainkan dapat disesuaikan dengan keadaan selama wawancara. Alasan peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur adalah untuk memperoleh informasi yang diperlukan seputar pasar yang menjadi fokus penelitian, yaitu bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia compliance* dan bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggisan.

3. Dokumentasi

Melalui dokumentasi, peneliti bertujuan memperoleh data berupa sesi wawancara dengan Mantri Pasar Manggisan, bagian operator dan kebersihan pasar Manggisan, dan beberapa pedagang pasar Manggisan, lokasi pasar Manggisan Kecamatan Tanggul, struktur organisasi dan visi misi pasar Manggisan, serta aktifitas pedagang pasar Manggisan.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif menurut model Miles dan Huberman, di mana prosesnya berlangsung secara

interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan hingga mencapai hasil yang lengkap.⁷¹ Ada beberapa tahapan penting dalam proses ini. Berikut tahapan-tahapan tersebut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada tahap pengumpulan data, peneliti menghimpun informasi dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini dapat berlangsung hingga beberapa bulan, sehingga menghasilkan data yang bervariasi dan memadai. Awalnya, peneliti melakukan eksplorasi umum terhadap obyek penelitian, dimana peneliti mencatat dan merekam secara rinci setiap hal yang diamati dan didengar secara menyeluruh.

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Tahap kondensasi data, peneliti menyaring, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh agar relevan dengan fokus penelitian. Proses ini melibatkan pemilihan, pemusatan, serta pembuatan abstraksi dari catatan lapangan, wawancara, transkrip, dan dokumen terkait. Kondensasi bertujuan guna memperjelas serta menegaskan informasi yang telah diperoleh.

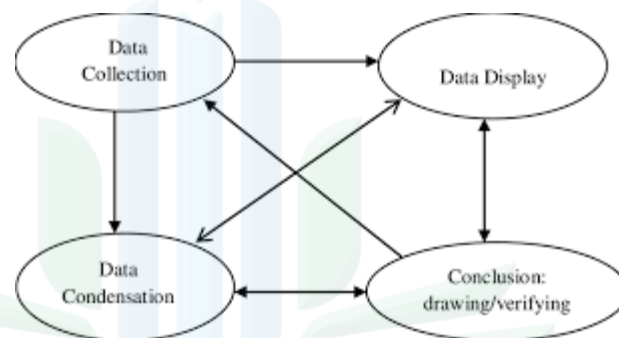
3. Penyajian Data (*Data Display*)

Pada tahap ini, peneliti menguraikan dengan ringkas berupa teks naratif, bentuk tabel dan gambar yang telah didapatkan selama pelaksanaan kegiatan lapangan, informasi dikumpulkan dan disusun dalam bagian ini.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017).

4. Penarikan Kesimpulan dan verifikasi (*Conclusion drawing/verification*)

Perumusan kesimpulan dilakukan sebagai akhir dari proses penelitian. Kesimpulan penelitian ini tidak bersifat final dan masih memungkinkan untuk disempurnakan apabila ditemukan bukti empiris yang lebih kuat. Dengan adanya data lanjutan yang secara konsisten dan valid menguatkan kesimpulan awal, maka kesimpulan tersebut layak dinyatakan sebagai temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.



Gambar 3.1

Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

F. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi diterapkan dengan memadukan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang berbeda untuk memperkuat keabsahan data penelitian. Teknik ini dilakukan untuk memudahkan pengumpulan data serta menjamin keandalan data. Contohnya mencakup

dokumen, hasil wawancara, dan hasil observasi. Triangulasi yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Triangulasi sumber yaitu peneliti mengumpulkan dengan cara memverifikasi informasi yang sudah dikumpulkan dari berbagai sumber. Setelah itu, data yang telah dianalisis digunakan untuk mencapai suatu kesimpulan yang kemudian akan dimintai persetujuan.⁷² Seperti yang dilakukan peneliti yaitu ingin mengumpulkan data tentang Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Setelah data dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber maka harus digambarkan, dikategorikan, dan di evaluasi dari hasil pengumpulan data tersebut. Berbeda dengan triangulasi sumber, triangulasi teknik mengacu pada metode dimana peneliti menerapkan sejumlah teknik pengumpulan data yang bertujuan menghasilkan informasi. Peneliti mengumpulkan data dari sumber yang serupa secara simultan melalui observasi pasrtisipasi pasif, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi.

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan

Penelitian ini dimulai melalui tahapan perencanaan, yang meliputi pengajuan judul serta penentuan lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Manggisan, Kecamatan Tanggul. Selanjutnya, peneliti mengurus perizinan penelitian melalui Fakultas Ekonomi dan

⁷² Bahartiar Sapto Haryoko, Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, Dan Prosedur Analisis)*, (Makasar: UNM, 2020), 414.

Bisnis Islam, kemudian melakukan asesmen lapangan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks subjek dan lingkungan penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga menetapkan informan yang dinilai mampu memberikan data selaras dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian, serta diikuti dengan penyiapan perangkat pendukung penelitian.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Penelitian lapangan mulai dilaksanakan pada tahap ini, dengan tujuan mengkaji berbagai peristiwa dan kondisi yang berlangsung di lokasi penelitian untuk kemudian merekam dan mendokumentasikannya sebagai temuan penelitian. Dalam rangka memperoleh data tersebut, peneliti melakukan observasi, wawancara dengan informan, serta pengumpulan dokumen yang berfungsi sebagai bukti pendukung penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Dalam tahapan ini peneliti menganalisis data yang telah dihimpun dari berbagai sumber, kemudian menyusun kesimpulan yang selanjutnya dituangkan dalam laporan penelitian.

4. Tahap Penyelesaian

Tahapan ini menjadi fase terakhir dalam rangkaian penelitian, dimana data telah dianalisis, dirangkum, dan disusun secara sistematis dalam bentuk karya ilmiah. Sebelum penyusunan laporan akhir, peneliti terlebih dahulu memastikan keabsahan dan keterpercayaan hasil penelitian

melalui konfirmasi kepada informan. Selanjutnya, hasil penelitian disusun dan dituliskan secara lengkap sebagai karya ilmiah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Pasar Manggisan

Pasar Manggisan merupakan pasar tradisional yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik di area perkotaan maupun pedesaan, terutama bagi warga Manggisan. Pada tahun 2018, Pemerintah Kabupaten Jember melakukan revitalisasi terhadap Pasar Manggisan, yang membuat pedagang dipindahkan ke Pasar Seninan di Kecamatan Tanggul. Pasar Manggisan berlokasi di Jalan HOS. Cokroaminoto, Tekoan, Tanggul Kulon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur, 68155.

a. Batas Pasar Manggisan

Pasar Manggisan memiliki batas wilayah yang bersebelahan dengan kawasan permukiman serta jaringan jalan, dengan rincian sebagai berikut.

- 1) Di sebelah selatan : Jalan HOS. Cokroaminoto
- 2) Di sebelah utara : Wilayah permukiman
- 3) Di sebelah timur : Alun-alun Tanggul
- 4) Di sebelah barat : Plasa Tanggul

b. Status kepemilikan insfrastuktur lahan dan bangunan pasar berada dibawah kewenangan pemerintah Kabupaten Jember.

c. Keadaan Fisik Pasar Manggisan

Keadaan fisik pasar Manggisan setelah direvitalisasi lebih baik karena menggunakan beton dan kanopi.

d. Perkembangan Pedagang

Kondisi pedagang pasar Manggisan setelah di revitalisasi kurang optimal dikarenakan penurunan pendapatan, untuk itu diperlukan usaha dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di pasar Manggisan.

e. Tingkat Keramaian

Aktivitas tertinggi di pasar Manggisan terjadi kisaran jam 04.00 WIB – 09.00 WIB dikarenakan mayoritas pedagang, terutama pedagang sayuran cenderung berjualan di pagi hari dibandingkan waktu siang hari. Masa kepadatan pengunjung pasar terjadi pada momen hari raya.

f. Jenis Komoditas

Pasar Manggisan menyediakan beragam jenis komoditas, antara lain sembako, sayuran, pakaian, buah-buahan, kopi, dll.

g. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang tersedia di pasar Manggisan meliputi beberapa fasilitas pendukung kegiatan pasar, antara lain:

- 1) Fasilitas berjualan : Kios, los, dan area pelataran.
- 2) Fasilitas peribadatan : Musholla.
- 3) Fasilitas kelisrikan : Setiap toko mengampra listrik sendiri menggunakan daya 900 Watt.

- 4) Fasilitas sanitasi : satu kamar mandi dengan fasilitas WC.⁷³

Tabel 4.1

Data Informan Pedagang Pasar Manggisan

No.	Nama Pedagang	Jenis Pedagang	Jenis Kelamin	Lama Usaha
1.	Siti Rohma	Pedagang Sembako	Perempuan	30 Tahun
2.	Ani	Pedagang Sayuran	Perempuan	24 Tahun
3.	Febi	Pedagang Kopi	Perempuan	10 Tahun
4.	Sunarti	Pedagang Konveksi	Perempuan	20 Tahun
5.	Ima	Pedagang Buah	Perempuan	20 Tahun

Sumber: Hasil Wawancara Pedagang Pasar Manggisan

2. Sejarah Pasar Manggisan

Pasar Manggisan berdiri sekitar tahun 1991 hingga sekarang. Pasar ini memiliki luas lahan 2.500 meter persegi dan berumur kurang lebih 34 Tahun. Kondisi kontruksi pasar Manggisan mulai memburuk seiring dengan peningkatan jumlah pedagang dan konsumen. Dengan demikian, Pemerintah Kabupaten Jember memandang perlu dilakukannya pembenahan melalui program revitalisasi pasar. Pelaksanaan revitalisasi pasar Manggisan dimulai pada tahun 2018, yang mengharuskan para pedagang direlokasi sementara ke pasar Seninan agar aktivitas jual beli tetap berjalan secara berkelanjutan.⁷⁴

⁷³ Dinas Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul, "Profil Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul", 11 November 2025.

⁷⁴ Sugeng Purwanto, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 19 November 2025.

3. Visi Misi Pasar Manggisan

a) Visi Pasar Manggisan

Mendorong tercapainya kesejahteraan masyarakat sekitar melalui pemenuhan kebutuhan sandang dan pangan.

b) Misi Pasar Manggisan

- 1) Memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan pedagang, khususnya melalui penguatan kondisi perekonomian.
- 3) Melaksanakan pembinaan serta penataan terhadap pedagang secara terstruktur.
- 4) Menjaga dan menciptakan kenyamanan serta keamanan lingkungan pasar.
- 5) Mendorong peningkatan penerimaan retribusi pasar.⁷⁵

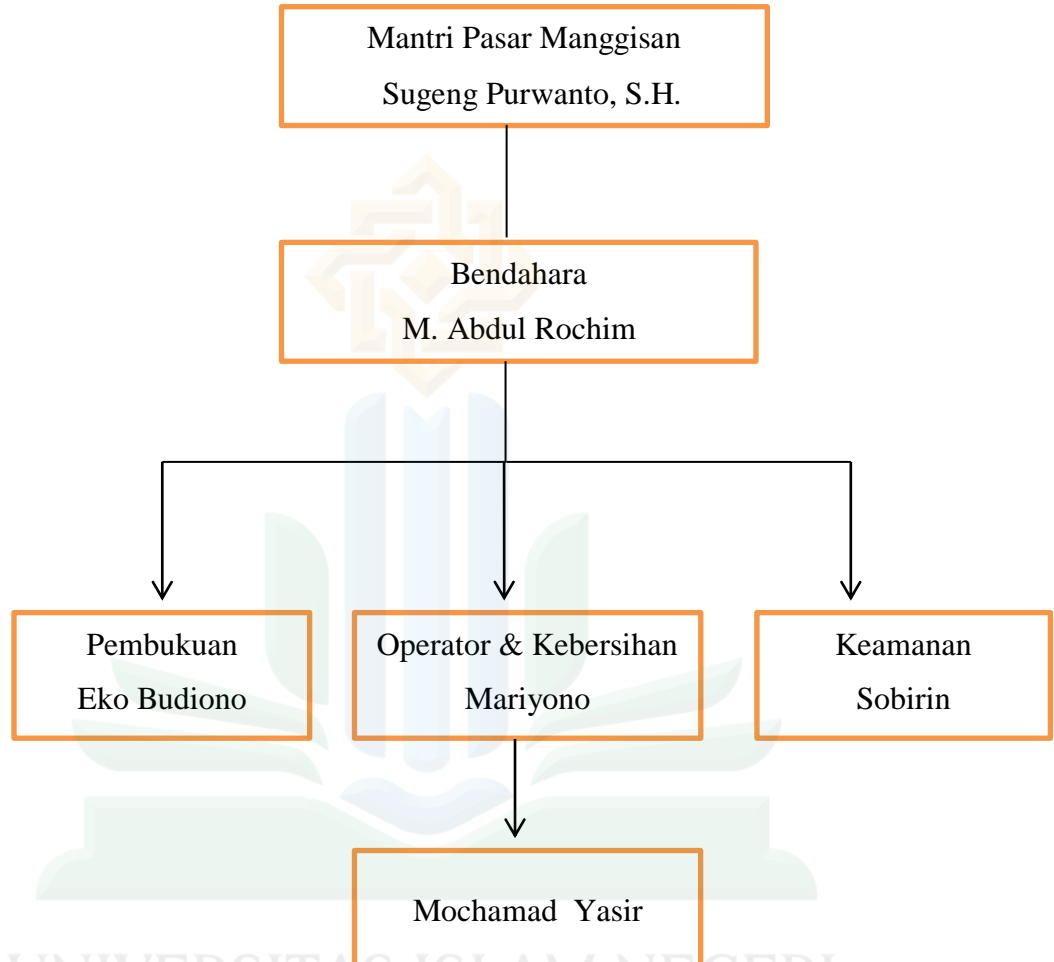
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁷⁵ Dinas Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul, "Visi Dan Misi Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul", 11 November 2025.

4. Struktur Organisasi Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Pasar Manggisan



Sumber: Kantor Pasar Manggisan

5. Data Jumlah Karyawan Pasar Manggisan

Tabel 4.2

Data Jumlah Karyawan Dinas Pasar Manggisan Tahun 2025

No.	NAMA	NIP	TUPOKSI
1.	Sugeng Purwanto, S.H.	196803682007011015	Mantri Pasar Manggisan
2.	M. Abdul Rochim	197207012007011014	Bendahara
3.	Maryono	-	Operator & Kebersihan
4.	Mochamad Yasir	-	Kebersihan
5.	Eko Budiono	-	Pembukuan
6.	Sobirin	-	Keamanan

Sumber: Hasil Wawancara dengan Mantri Pasar Manggisan

B. Penyajian Data dan Analisis

Pada subbab ini dipaparkan hasil temuan penelitian lapangan yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang disampaikan berasal dari metode yang telah dirancang dan bersumber dari informan. Jenis data yang digunakan bersifat kualitatif berupa pendapat dan informasi, bukan berupa angka. Selanjutnya, data dianalisis untuk mengevaluasi validitasnya sehingga mendapatkan sebuah kesimpulan. Adapun data yang disajikan ini menekankan beberapa masalah utama sebagai berikut:

1. Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Pada Aspek *Sharia Compliance* Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan

Revitalisasi pasar Manggisan merupakan kebijakan pemerintah daerah yang bertujuan meningkatkan kualitas sarana perdagangan, menciptakan pasar yang lebih tertata, serta meningkatkan aktivitas ekonomi. Namun, berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti,

implementasi kebijakan tersebut belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Bapak Sugeng Purwanto, selaku Mantri Pasar Manggisan, menjelaskan bahwa secara fisik pembangunan pasar telah selesai dilakukan, namun kebijakan penataan pedagang belum berjalan optimal.

Beliau mengatakan:

“Revitalisasi pasar ini sebenarnya tujuannya bagus, untuk membuat pasar lebih nyaman dan ramai kembali. Tetapi hasil revitalisasi pasar Manggisan belum sepenuhnya mencapai harapan. Karena disebabkan oleh masih banyaknya pedagang yang tidak bersedia pindah dari pasar Seninan ke pasar Manggisan. Tidak jarang para pedagang pasar Manggisan menyampaikan keluhan kepada saya, meminta agar pedagang di pasar Seninan dipindahkan kembali. Namun, para pedagang di pasar Seninan tetap tidak bersedia pindah, karena mereka merasa kondisi disana sudah nyaman dan ramai pembeli. Akibatnya, pasar Manggisan menjadi sepi pedagang dan otomatis sepi pembeli. Bahkan, ada pedagang di pasar Manggisan yang hanya berjualan satu hari, lalu keesokan harinya memilih untuk tidak berjualan lagi.”

Penjelasan dari Bapak Sugeng Purwanto tersebut, menunjukkan bahwa implementasi kebijakan revitalisasi pasar Manggisan lebih berfokus pada pembangunan fisik pasar, sementara aspek sosial ekonomi pedagang belum sepenuhnya menjadi perhatian utama. Akibatnya tujuan revitalisasi untuk menghidupkan kembali aktivitas perdagangan belum tercapai secara optimal. Kondisi ini berdampak langsung pada tingkat keramaian pasar, sehingga aktivitas jual beli menjadi kurang optimal dan mempengaruhi pendapatan para pedagang.

Sementara itu, Bapak Maryono selaku operator dan kebersihan pasar Manggisan menambahkan:

“Saat ini kondisi pasar masih sepi. Bahkan, banyak pedagang yang sudah tutup jam 10 pagi, dan di area dalam pasar hanya beberapa pedagang yang tetap berjualan sementara kios lainnya kosong. Hal ini disebabkan para pedagang lebih memilih berjualan di Pasar Seninan. Jadi pedagang masih terbagi dua dan pembeli juga ikut terbagi. Hingga saat ini belum ada kebijakan lanjutan yang jelas. Pedagang sering menyampaikan aspirasi agar pasar disatukan kembali, tetapi keputusan dari pemerintah daerah masih belum ada dan instansi terkait belum mengeluarkan kebijakan apapun. Namun, InshaAllah pada tahun 2026, apabila terdapat keputusan dari Bupati serta kebijakan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pasar ini akan kembali dibangun.”⁷⁶

Penjelasan dari Bapak Maryono tersebut, menunjukkan bahwa adanya kendala pada tahap implementasi kebijakan, khususnya dalam koordinasi dan pengambilan keputusan lanjutan oleh pemerintah daerah. Kondisi dualisme pasar antara pasar Manggis dan pasar Seninan menyebabkan aktivitas ekonomi tidak terpusat sehingga tingkat kunjungan pembeli menjadi rendah.

Lebih lanjut, Ibu Ani selaku pedagang sayur, menuturkan bahwa perubahan kondisi pasar pasca revitalisasi menyebabkan perubahan pola perilaku masyarakat dalam berbelanja. Beliau menyampaikan bahwa jumlah pembeli mengalami penurunan dibandingkan sebelum revitalisasi pasar. Beliau mengatakan:

“Dulu sebelum pasar direvitalisasi itu ramai sekali, pembeli hampir tiap hari datang karena pedagangnya jadi satu tempat. Sekarang pembeli berkurang karena pedagangnya sudah tidak di satu lokasi, jadi pembeli harus cari sendiri dan tidak semua mau keliling. Sekarang ini banyak orang yang lebih pilih berbelanja di pasar Seninan karena lebih banyak pedagang dan lebih banyak produk yang dibutuhkan masyarakat. Jadi kami sebagai pedagang harus lebih aktif menjaga pelanggan supaya tetap mau datang kesini.”⁷⁷

⁷⁶ Maryono, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 19 November 2025.

⁷⁷ Ani, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 20 November 2025

Penjelasan dari Ibu Ani tersebut, menunjukkan bahwa revitalisasi dan pemindahan lokasi pasar membawa perubahan terhadap pola perilaku masyarakat dalam berbelanja. Sebelum revitalisasi, kondisi pasar terpusat yang memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan karena seluruh pedagang berada dalam satu area, sehingga aktivitas jual beli berlangsung lebih ramai. Namun, pasca revitalisasi pedagang menempati lokasi yang terpisah, pembeli harus mencari kebutuhan secara lebih aktif, yang menyebabkan sebagian masyarakat memilih tempat belanja di pasar Seninan yang dinilai lebih memiliki kelengkapan produk.

Lebih lanjut, Ibu Febi selaku pedagang kopi, menjelaskan bahwa perubahan kondisi pasar dan berkurangnya jumlah pembeli pasca revitalisasi berdampak pada pendapatan pedagang. Beliau mengatakan:

“Perubahan lokasi pasar sangat berpengaruh bagi kami sebagai pedagang. Dulu pembeli mudah menemukan semua kebutuhan dalam satu tempat, jadi jualannya lebih ramai. Tetapi sekarang pembeli lebih memilih belanja di Pasar Seninan, sehingga yang datang kesini lebih sedikit. Akibatnya penghasilan kami juga menurun dibandingkan sebelum revitalisasi. Kadang hasil jualan hanya cukup untuk modal dan kebutuhan sehari-hari, jadi harus lebih sabar menjalani kondisi sekarang.”⁷⁸

Penjelasan dari Ibu Febi tersebut, menunjukkan bahwa perubahan kondisi pasar pasca revitalisasi menyebabkan berkurangnya jumlah pembeli yang datang sehingga berdampak langsung pada pendapatan pedagang. Kondisi ini membuat pendapatan yang diperoleh pedagang menjadi tidak stabil dibandingkan sebelumnya. Penurunan jumlah pembeli tersebut memaksa pedagang untuk menyesuaikan diri dengan situasi pasar yang baru agar usaha tetap dapat berjalan.

⁷⁸ Febi, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 20 November 2025

Ibu Ima selaku pedagang buah juga mengungkapkan hal yang serupa:

“Kondisi pasar yang seperti ini dampaknya terasa sekali ke hasil jualan saya, mbak. Dagangan sering tidak habis, buah-buah yang saya jual sampai banyak yang busuk sehingga tidak layak dijual lagi. Kalau dulu penghasilan saya bisa lebih stabil, sekarang tidak bisa dipastikan karena tergantung ada pembeli atau tidak”⁷⁹

Penjelasan dari Ibu Ima tersebut menjelaskan bahwa kondisi pasar yang lesu membuat dagangan pedagang sering tidak habis, menyebabkan kerugian, dan membuat penghasilan menjadi tidak menentu.

Lebih lanjut, Ibu Sunarti selaku pedagang konveksi, menuturkan bahwa pendapatannya menurun pasca revitalisasi pasar. Beliau mengatakan:

“Sekarang pendapatan saya sudah tidak menentu, mbak. Kadang dalam sehari hanya dapat sekitar 70 ribu, kadang malah cuma 20 ribu sudah tidak seramai dulu. Padahal dulu itu saya bisa dapat sampai sekitar 1juta per hari. Kondisi ini terjadi ya karena keadaan pasar yang seperti sekarang terus juga masih banyak pedagang yang belum kembali pindah ke Pasar Manggisan. Saya harus menyewa tempat, dan setiap hari tetap harus membayar karcis, listrik, dan bayar iuran kebersihan mbak. Jadi meskipun sehari tidak laku sama sekali, saya tetap harus bayar. Jualan konveksi ini sumber pendapatan utama saya, jadi berapapun hasil penjualan hari itu, ya itu yang saya manfaatkan untuk memenuhi kebutuhan harian saya.”⁸⁰

Penjelasan dari Ibu Sunarti tersebut menjelaskan bahwa pendapatan yang diperolehnya mengalami penurunan yang cukup signifikan setelah dilakukannya revitalisasi pasar Manggisan. Pendapatan yang sebelumnya stabil dan tinggi kini menjadi tidak menentu, bahkan sering berada jauh dibawah kebutuhan harian. Meskipun kondisi pasar

⁷⁹ Ima, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 20 November 2025

⁸⁰ Sunarti, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 21 November 2025.

seperti ini, pedagang tetap harus memenuhi berbagai biaya operasional seperti sewa tempat, bayar listrik, karcis, serta iuran kebersihan.

Pernyataan di atas diperkuat oleh hasil observasi peneliti pada tanggal 17 November 2025, ditemukan bahwa kondisi pasar Manggisian tampak sepi pedagang dan sepi pembeli sehingga aktivitas perdagangan tidak berlangsung optimal. Temuan ini diperkuat oleh dokumentasi yang dikumpulkan peneliti selama proses kegiatan berlangsung:



Gambar 4.2
Kondisi Pasar Manggisian Pasca Revitalisasi



Gambar 4.3
Kondisi Toko konveksi di Pasar Manggisian Tampak Sepi Pembeli

Dalam gambar diatas terlihat jelas bahwa pasar Manggisian masih berada dalam kondisi sepi. Minimnya jumlah pedagang serta rendahnya kunjungan pembeli menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di pasar tersebut belum pulih sepenuhnya pasca revitalisasi pasar.⁸¹

Dalam kondisi pasar seperti ini pedagang melakukan berbagai strategi adaptif untuk meningkatkan pendapatannya. Dalam mengimplementasikan strategi para pedagang pasar Manggisian berupaya memastikan bahwa seluruh barang yang diperjual belikan memenuhi standar kehalalan, baik ditinjau dari sumber bahan, proses produksi, hingga mekanisme distribusinya. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ani, selaku pedagang sayur. Ia mengatakan:

“Menurut saya jalan satu-satunya biar pasar kembali rame kalau bisa ya jadikan satu seperti dulu lagi. Strategi yang saya lakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan saya berjualan lebih awal mulai jam 1 malam sampai jam 10 pagi agar bisa melayani pedagang mlijo yang membeli sayur untuk dijual kembali. Selain menyesuaikan waktu jualan, saya juga menjaga prinsip syariah dalam berdagang dengan memastikan seluruh sayur yang saya jual halal dan layak dikonsumsi. Jadi saya tetap berusaha menjaga kehalalan produk yang saya jual meskipun kondisi pasar lagi sepi seperti sekarang ini, tetapi saya kulak sayur ini tidak sebanyak dulu.”⁸²

Penjelasan dari Ibu Ani menunjukkan bahwa penurunan pendapatan yang dialami mendorongnya untuk menerapkan strategi tertentu agar tetap dapat mempertahankan usahanya. Strategi tersebut dilakukan dengan menyesuaikan waktu, berdagang, yakni berjualan sejak dini hari untuk menjangkau mlijo yang membeli sayur secara grosir.

⁸¹ Observasi di Pasar Manggisian, Tanggul, 17 November 2025.

⁸² Ani, diwawancarai oleh penulis, Tanggul, 20 November 2025.

Selain itu, Ibu Ani tetap menjaga prinsip syariah dalam aktivitas usahanya dengan memastikan seluruh produk yang dijual adalah halal. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan pendapatannya tetap sejalan dengan aspek *sharia compliance*.

Lebih lanjut, Ibu Ima, selaku pedagang buah, menuturkan bahwa dirinya juga menerapkan strategi untuk meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi pasar dengan tetap menjaga kepatuhan syariah yaitu menghindari riba serta menjauhi unsur gharar. Ia mengatakan:

“Sekarang kondisi pasar itu lagi sepi, mbak. Apalagi sekarang musim hujan-hujan jadi pendapatan saya menurun. Makanya, supaya pendapatan saya bisa naik, saya biasanya kalau nggak musim hujan tujuan saya supaya pembeli tertarik, saya menambah variasi buah yang dijual biar pembeli punya banyak pilihan dan juga saya tetap menjaga kualitas produk yang saya jual. Saya juga berusaha ramah dan telaten melayani pembeli, karena sekarang yang penting itu menjaga hubungan baik supaya mereka mau kembali lagi. Selain itu, lokasi saya yang dipinggir jalan juga membantu, soalnya kadang ada penumpang bus atau orang lewat yang berhenti untuk beli buah. Saya juga satu-satunya pedagang yang buka sampai malam, jadi peluang untuk pembeli datang lebih besar. Ya gitu cara supaya pendapatan saya naik, kalau masalah ambil untung saya tidak banyak, ya seimbang saja antara harga kulak dengan harga jual soalnya kalau ambil untung banyak kan takutnya riba ya mbak, jadi saya sebisa mungkin menghindari riba dalam berjualan, biasanya yang beli saya kasih nota meskipun belinya cuma 1 biar dikira saya tidak curang niat saya juga menjaga kepercayaan pembeli biar bisa jadi langganan saya. Ke pembeli juga saya selalu jujur saya timbang juga buahnya sesuai yang diminta pembeli, tidak pernah sampai menipu.”⁸³

Penjelasan dari Ibu Ima menunjukkan bahwa beliau menerapkan berbagai strategi dalam meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi yang selaras dengan prinsip *sharia compliance* dan *sharia relationship*

⁸³ Ima, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 20 November 2025.

marketing. Strategi tersebut dilakukan melalui penambahan variasi produk dan menjaga kualitas barang dagangan untuk menarik minat pembeli. Selain itu, pedagang juga membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan telaten sebagai upaya mempertahankan pelanggan agar melakukan pembelian ulang. Dari aspek kepatuhan syariah, pedagang berupaya menghindari praktik riba dengan mengambil keuntungan secara wajar dan tidak berlebihan. Transparansi transaksi juga diterapkan melalui pemberian nota kepada pembeli serta kejujuran dalam menimbang barang sesuai permintaan konsumen. Praktik tersebut menunjukkan adanya upaya membangun *trust* (kepercayaan), sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan dan menjaga keberlangsungan pendapatan meskipun kondisi pasar sedang sepi.

Pernyataan di atas diperkuat oleh hasil observasi pada 20 November 2025 di Pasar Manggis, dimana kedua pedagang tersebut benar-benar menerapkan strategi untuk meningkatkan pendapatannya. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil dokumentasi peneliti saat kegiatan berlangsung:



Gambar 4.4
Pedagang Sayur Berjualan di Pagi Hari
dan Menjual Semua Produk Halal



Gambar 4.5
Pedagang Buah Menjual Buah Beragam dan Menimbang Buah dengan Telaten dan Sesuai untuk Menghindari Penipuan

Gambar diatas menunjukkan strategi yang dilakukan oleh pedagang sayur dan pedagang buah dalam meningkatkan pendapatannya pasca revitalisasi pasar Manggisian di Kecamatan Tanggul. Dimana pedagang sayur berjualan sejak malam hari hingga pagi hari dengan menyediakan produk halal. Sementara itu, pedagang buah melakukan kulakan dalam jumlah lebih banyak ketika cuaca mendukung, menjual buah yang beragam, serta menimbang buah secara jelas untuk menghindari unsur gharar dalam transaksi.⁸⁴

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa strategi peningkatan pendapatan pedagang pasca revitalisasi Pasar Manggisian dilakukan melalui berbagai bentuk adaptasi usaha yang tetap berlandaskan pada prinsip *sharia compliance*. Pedagang tidak hanya melakukan strategi ekonomi seperti menyesuaikan waktu berjualan, menambah variasi

⁸⁴ Observasi Pedagang di Pasar Manggisian, Tanggul, 20 November 2025.

produk, menjaga kualitas dagangan, serta memanfaatkan lokasi strategis, tetapi juga menerapkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas perdagangan.

Penerapan prinsip syariah tersebut diwujudkan melalui upaya menjaga kehalalan produk, menghindari praktik riba dengan mengambil keuntungan secara wajar, serta menghindari unsur gharar melalui transparansi transaksi, pemberian nota, dan kejujuran dalam penimbangan barang. Selain itu, pedagang juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan menjaga kepercayaan (*trust*), yang merupakan bagian dari konsep *sharia relationship marketing*. Strategi tersebut berperan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu menjaga keberlangsungan pendapatan pedagang meskipun kondisi pasar belum kembali ramai pasca revitalisasi.

2. Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Pada Aspek *Sharia Transparency* Pasca Revitalisasi Pasar Manggisian

Sharia transparency merupakan salah satu prinsip penting dalam aktivitas ekonomi berbasis syariah yang menekankan keterbukaan informasi, kejujuran, serta kejelasan dalam setiap transaksi jual beli. Prinsip ini bertujuan untuk menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) dan menciptakan hubungan transaksi yang adil antara penjual dan pembeli. Dalam konteks pasca revitalisasi pasar Manggisian yang menyebabkan penurunan pendapatan, transparansi menjadi salah satu strategi yang diterapkan pedagang untuk mempertahankan kepercayaan konsumen sekaligus menjaga keberlangsungan pendapatan usaha.

Ibu Febi, selaku pedagang kopi menjelaskan kondisi pendapatannya setelah adanya revitalisasi pasar Manggis. Ia mengatakan:

“Di kondisi pasar sekarang ini, pembeli ya lumayan ramai, Alhamdulillah. Tapi karena pasarnya masih belum memungkinkan, jadi ramainya itu tidak seratus persen, jadi kadang ramai kadang sepi. Pendapatan saya juga kadang meningkat kadang ya menurun, jadi masih belum stabil. Ramainya itu juga karena pembelinya bukan hanya orang pasar sini, mbak. Tapi kadang tukang becak dan kadang orang yang turun dari bis gitu.”⁸⁵

Pernyataan Ibu Febi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas berdagangnya belum sepenuhnya kembali stabil pasca revitalisasi. Meskipun jumlah pembeli menunjukkan peningkatan, dinamika pasar yang belum sepenuhnya kondusif menyebabkan tingkat keramaian masih berfluktuasi. Kondisi tersebut berimplikasi langsung pada pendapatan pedagang yang belum konsisten dan cenderung naik turun. Selain itu, kehadiran pembeli dari luar kawasan pasar seperti tukang becak dan penumpang bus memberikan kontribusi tambahan terhadap jumlah pengunjung, sehingga pendapatan pedagang tetap terbantu walaupun pemulihan aktivitas pasar belum berlangsung secara optimal.

Dalam upaya memulihkan dan meningkatkan pendapatannya pasca revitalisasi, pedagang di pasar Manggis menjalankan strategi yang tetap berlandaskan pada kejujuran. Hal ini disampaikan oleh Ibu Sunarti, selaku pedagang konveksi. Ia mengatakan:

“Cara saya biar pendapatan meningkat itu, saya biasanya ngasih utangan ke pembeli yang sudah kenal sama saya, mbak. Jadi kalau

⁸⁵ Febi, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 20 November 2025.

mereka beli, kadang bayarnya besok atau kapan gitu. Sekarang saya kulakan juga cuma lima bulan sekali karena pendapatan saya menurun. Saya juga punya cara lain, mbak. Kalau sudah kulakan dan dapat model yang baru, itu saya taruh di depan, sedangkan model yang lama saya taruh dibelakang, biar orang liat kalau barangnya ganti dan tidak itu-itu saja. Selain itu, saya juga melakukan promosi sederhana, seperti memberi tahu pelanggan kalau ada model baru atau harga obral supaya mereka tertarik datang lagi. Kadang saya juga menawarkan langsung ke pembeli yang lewat atau pelanggan lama supaya mereka tahu kalau ada barang baru. Soal kejujuran, ya saya tetap jujur, mbak. Kalau saya tidak jujur, saya tidak bakal punya pelanggan. Untuk harga juga saya sesuaikan sama kualitas, jadi ada harga ada kualitas. Jadi, dengan kondisi seperti sekarang, ya ini cara yang saya lakukan supaya tetap ada pendapatan.”⁸⁶

Pernyataan Ibu Sunarti tersebut menunjukkan bahwa ia menerapkan berbagai strategi adaptif untuk meningkatkan pendapatan di tengah kondisi pasar yang mengalami penurunan aktivitas pasca revitalisasi. Strategi tersebut dilakukan melalui pemberian fasilitas pembayaran secara utang kepada pelanggan yang telah dikenal sebagai bentuk menjaga hubungan dan mempertahankan pelanggan tetap. Selain itu, pedagang juga melakukan strategi promosi dengan menata produk baru di bagian depan serta memberikan informasi kepada pembeli mengenai model terbaru dan program obral guna menarik minat konsumen. Strategi tersebut dijalankan dengan tetap menerapkan aspek *sharia transparency*, dimana pedagang menerapkan prinsip keterbukaan dan kejujuran dalam transaksi, seperti menetapkan harga sesuai kualitas barang serta menyampaikan informasi produk secara jelas kepada pembeli. Sikap jujur tersebut menjadi upaya membangun kepercayaan (*trust*) pelanggan sehingga mendorong pembelian

⁸⁶ Sunarti, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 21 November 2025.

ulang dan membantu menjaga keberlangsungan pendapatan pedagang meskipun kondisi pasar masih sepi.

Ibu Febi, selaku pedagang kopi, ia juga melakukan strategi untuk meningkatkan pendapatannya dengan tetap menerapkan prinsip kejujuran dalam berdagang, ia mengatakan:

“Dari dulu saya jualannya tetap kopi sama mie, mbak. Harga kopi yang saya jual termasuk paling murah di sekitar sini. Kalau di tempat lain sekitar lima ribu, di sini saya jual dua ribu sampai tiga ribu. Untuk harga saya selalu terbuka ke pembeli sejak awal. Kalau kopi dua ribu lima ratus ya saya bilang dua ribu lima ratus, kalau kopi susu empat ribu ya saya sampaikan empat ribu ke semua pelanggan tanpa dibeda-bedakan. Saya juga selalu jujur menjelaskan produk yang saya jual, semua halal dan tanpa campuran apapun. Jadi pembeli tahu jelas harga dan kualitas barang yang mereka beli. Dengan cara terbuka seperti itu, pembeli jadi lebih percaya dan tetap membeli meskipun kondisi pasar belum stabil.”⁸⁷

Pernyataan Ibu Febi tersebut menunjukkan bahwa ia menerapkan prinsip *sharia transparency* dalam aktivitas perdagangan melalui keterbukaan informasi harga dan kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk kepada pembeli. Pedagang secara jelas menyampaikan harga yang sama kepada seluruh pelanggan tanpa adanya manipulasi maupun perbedaan perlakuan, sehingga transaksi berlangsung secara terbuka dan adil. Selain itu, penegasan bahwa produk yang dijual halal dan tanpa campuran tertentu menunjukkan adanya kejelasan informasi produk sebagai upaya menghindari unsur *gharar* dalam jual beli. Penerapan keterbukaan tersebut menjadi strategi pedagang dalam membangun kepercayaan (*trust*) pelanggan. Dengan adanya transparansi harga dan informasi produk,

⁸⁷ Febi, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 20 November 2025.

pembeli merasa lebih yakin dan nyaman dalam bertransaksi, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang yang pada akhirnya membantu menjaga kestabilan pendapatan pedagang di tengah kondisi pasar yang belum sepenuhnya pulih pasca revitalisasi.

Hasil observasi pada 20 November 2025 di Pasar Manggisan mendukung pernyataan yang telah disebutkan di atas, dimana kedua pedagang tersebut benar-benar menerapkan strategi untuk meningkatkan pendapatannya dengan tetap melakukan prinsip kejujuran. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil dokumentasi peneliti saat kegiatan berlangsung:



Gambar 4.6
Kondisi Tatanan Toko Konveksi Untuk Menarik Pembeli



Gambar 4.7
Kondisi Warung Kopi Melayani Konsumen Dengan Jujur

Gambar diatas memperlihatkan implementasi strategi pedagang dalam meingkatkan pendapatannya di tangan fluktuasi ktivitas pasca revitalisasi. Pada toko konveksi terlihat tatanan display produk yang terstruktur, pemilhan penempatan barang yang mudah diakses, serta diversifikasi jenis pakaian sebagai bentuk upaya menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya jual. Sementara pada warung kopi, tampak praktik kejujuran dalam pelayanan serta penetapan harga yang kompetitif sebagai instrumen untuk meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi pasar. Kedua kondisi tersebut menunjukkan bahwa pedagang mengoptimalkan strategi sebagai respon terhadap pasar yang belum sepenuhnya stabil.⁸⁸

Selain mengoperasikan strategi yang berlandaskan prinsip kejujuran dalam setiap interaksi dagang, para pedagang juga menerapkan strategi yang berprinsip pada keterbukaan, yakni dengan menyediakan informasi harga, memberitahu kualitas barang, serta memberitahu takaran timbangan secara transparan dan konsisten. Strategi ini berfungsi lebih dari sekedar metode penguatan kepercayaan konsumen, melainkan juga menjadi instrumen untuk meningkatkan akuntabilitas usaha dan memastikan terciptanya hubungan transaksi yang lebih etis, kredibel, dan berkelanjutan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Siti Rohma, selaku pedagang sembako, ia mengatakan:

“Saya itu ngasih harga sudah lebih murah dibandingkan pedagang sekitar. Karena kalau saya jual mahal, ya orang-orang tidak beli

⁸⁸ Observasi Pedagang di Pasar Manggisan, Tanggul, 20 November 2025.

lagi ke saya. Saya ini paling ambil untung cuma dua ratus rupiah kadang lima ratus rupiah per barang. Waktu itu saya dan teman-teman pedagang juga sudah pernah menghadap pak Mantri pasar minat solusi supaya pasar ini bisa hidup lagi, tapi sampai sekarang belum ada kebijakan sama sekali, mbak. Meskipun kondisinya seperti ini, saya tetap berdagang dengan jujur, buat apa saya sholat kalau usaha saya tidak jujur, harus adil juga kepada pelanggan. Soal harga, ya saya sampaikan apa adanya, tidak main harga. Kalau orang beli, barangnya saya timbang langsung supaya mereka bisa lihat sendiri hasil timbangannya. Masalah kualitas barang saya juga sampaikan apa adanya, dengan cara itu pembeli merasa percaya dan nyaman, sehingga hubungan baik dengan pelanggan tetap terjaga dan mereka mau kembali berbelanja disini.”⁸⁹

Penjelasan dari Ibu Siti Rohma tersebut, menunjukkan bahwa ia menerapkan strategi peningkatan pendapatan yang berorientasi pada prinsip *sharia transparency* melalui penerapan kejujuran, keadilan harga, serta keterbukaan informasi dalam proses transaksi. Selain itu pedagang berupaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan menetapkan harga yang wajar, mengambil keuntungan secara moderat, serta memberikan informasi produk secara jelas kepada pembeli. Selain itu, praktik penimbangan barang secara langsung di hadapan pelanggan menunjukkan adanya transparansi yang bertujuan membangun kepercayaan (*trust*). Upaya tersebut mencerminkan bahwa hubungan jangka panjang dengan pelanggan menjadi strategi utama dalam mempertahankan usaha di tengah kondisi pasar yang belum stabil pasca revitalisasi. Kepercayaan dan kenyamanan pelanggan yang terbentuk melalui interaksi yang jujur dan adil mendorong terciptanya loyalitas serta pembelian ulang, sehingga berkontribusi terhadap keberlangsungan pendapatan pedagang.

⁸⁹ Siti Rohma, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 21 November 2025.

Lebih lanjut lagi, Ibu Ima, selaku pedagang buah menuturkan bahwa ia juga menerapkan prinsip keterbukaan kepada pembeli sehingga konsumen dapat bertransaksi dengan rasa aman dan percaya. Beliau mengatakan:

“Misalnya kalau ada buah yang sudah agak busuk, saya bilang apa adanya. Iya ke pembeli harus jujur harus terbuka jangan sampai menipu. Kadang saya kasih diskon, kadang juga saya tambah buah-buahnya supaya pembeli merasa senang dan mau kembali beli disini.”⁹⁰

Pernyataan Ibu Ima menunjukkan bahwa ia menerapkan strategi pelayanan berbasis kejujuran dan keterbukaan, khususnya dalam menginformasikan kondisi buah secara apa adanya serta memberikan harga dan layanan yang menguntungkan pembeli. Upaya seperti memberikan diskon atau menambah jumlah buah menjadi bentuk strategi yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi pasar Manggisian.

Lebih lanjut lagi, Ibu Ani, selaku pedagang sayur mengatakan:

“Kalau soal harga, ya saya tetap seperti dulu meskipun kondisi pasarnya berubah. Untuk urusan timbangan juga tetap saya lakukan apa adanya. Semua pembeli saya perlakukan dengan adil, tidak pernah saya bedakan, meskipun mereka kenal dengan saya.”⁹¹

Pernyataan Ibu Ani tersebut menunjukkan bahwa ia konsisten menerapkan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam aktivitas jual belinya, baik melalui penetapan harga yang tidak berubah meskipun kondisi pasar mengalami pergeseran maupun melalui praktik penimbangan yang dilakukan secara jujur tanpa membedakan perlakuan antara pembeli yang dikenal maupun tidak.

⁹⁰ Ima, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 20 November 2025.

⁹¹ Ani, diwawancarai oleh Laila Saniatur, Tanggul, 20 November 2025.

Semua pernyataan diatas diperkuat oleh hasil observasi peneliti pada tanggal 20 November 2025 yang menunjukkan strategi yang dilakukan pedagang pasar Manggisan pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil dokumentasi peneliti saat kegiatan berlangsung:



Gambar 4.8
Pedagang Sembako Menjual dengan Harga Murah dan Menimbang Barang Secara Terbuka



Gambar 4.9
Pedagang Buah Memberikan Informasi Secara Terbuka

Gambar diatas memperlihatkan praktik keterbukaan pedagang dalam proses transaksi, ditunjukkan melalui penimbangan barang secara langsung dihadapan pembeli serta penyampaian informasi mengenai harga dan kualita produk secar apa adanya, sehingga mencerminkan kejujuran,

keadilan, dan keterbukaan dalam meningkatkan pendapatan pedagang pasca revitalisasi pasar Manggis.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa strategi peningkatan pendapatan pedagang pasca revitalisasi Pasar Manggis pada aspek *sharia transparency* dilakukan melalui penerapan keterbukaan dan kejujuran dalam setiap aktivitas transaksi jual beli. Pedagang menerapkan transparansi dengan menyampaikan informasi harga secara jelas, menjelaskan kualitas produk apa adanya, melakukan penimbangan barang secara terbuka di hadapan pembeli, serta memberikan perlakuan yang adil kepada seluruh pelanggan tanpa adanya perbedaan harga maupun informasi. Penerapan prinsip keterbukaan tersebut tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap nilai-nilai ekonomi syariah dalam menghindari unsur gharar, tetapi juga berfungsi sebagai strategi adaptif pedagang dalam membangun kepercayaan (*trust*) pelanggan di tengah kondisi pasar yang belum sepenuhnya stabil pasca revitalisasi. Kepercayaan yang terbentuk melalui transparansi transaksi mendorong terciptanya hubungan jangka panjang antara pedagang dan pelanggan, meningkatkan pembelian ulang, serta membantu menjaga keberlangsungan dan kestabilan pendapatan pedagang. Dengan demikian, *sharia transparency* berperan penting sebagai strategi ekonomi sekaligus nilai etis yang mendukung keberlanjutan usaha pedagang di Pasar Manggis.

Tabel 4.3
Temuan Hasil Penelitian

No.	Fokus Penelitian	Temuan
1.	Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia compliance</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan?	Pedagang melakukan strategi peningkatan pendapatan melalui penerapan nilai-nilai kepatuhan syariah dalam aktivitas perdagangan, seperti menjaga kehalalan produk, menetapkan keuntungan secara wajar untuk menghindari riba, serta menghindari unsur gharar melalui kejujuran dalam penimbangan, keterbukaan harga, dan pemberian nota kepada pembeli. Selain itu, pedagang melakukan strategi usaha berupa penyesuaian waktu berjualan, penambahan variasi produk, menjaga kualitas barang dagangan, serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan guna membangun kepercayaan dan menjaga keberlangsungan pendapatan.
2.	Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia transparency</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan?	Pedagang menerapkan strategi peningkatan pendapatan melalui prinsip keterbukaan informasi dalam transaksi jual beli, seperti penyampaian harga secara jelas, penjelasan kualitas produk secara jujur, penimbangan barang secara terbuka di hadapan pembeli, serta pemberian informasi yang adil tanpa manipulasi maupun perbedaan perlakuan kepada pelanggan. Praktik transparansi ini bertujuan menghindari gharar, membangun kepercayaan (<i>trust</i>), mempertahankan

		pelanggan, serta mendorong pembelian ulang sehingga membantu menjaga kestabilan pendapatan pedagang..
--	--	---

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Pada Aspek *Sharia Compliance* Pasca Revitalisasi Pasar Manggisian

Hasil temuan dari penelitian diketahui bahwa strategi peningkatan pendapatan pedagang pada *aspek sharia compliance* pasca revitalisasi pasar Manggisian dilakukan melalui penerapan nilai-nilai kepatuhan syariah dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Pedagang berupaya menjaga kehalalan produk yang dijual, menetapkan keuntungan secara wajar untuk menghindari praktik riba, serta menghindari unsur gharar dengan menerapkan kejujuran dalam penimbangan, keterbukaan harga, dan pemberian nota kepada pembeli. Selain itu, pedagang juga melakukan berbagai strategi usaha seperti menyesuaikan waktu berjualan, menambah variasi produk, menjaga kualitas barang dagangan, serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Penerapan prinsip *sharia compliance* tersebut tidak hanya menjadi bentuk ketaatan terhadap nilai-nilai Islam, tetapi juga berfungsi sebagai strategi dalam membangun kepercayaan pelanggan yang berdampak pada keberlangsungan usaha dan peningkatan pendapatan pedagang di tengah kondisi pasar yang belum stabil pasca revitalisasi.

Temuan ini sejalan dengan konsep *sharia complianace* yang dikemukakan oleh Sugandi, yang menegaskan bahwa kepatuhan syariah dalam kegiatan bisnis diwujudkan melalui penghindaran terhadap praktik-praktik yang dilarang seperti riba, gharar, maysir, penipuan, serta berbagai bentuk pelanggaran hukum dalam aktivitas usaha. Dalam konteks ini, diperlukan adanya kesesuaian antara prinsip-prinsip syariah Islam dan praktik bisnis yang diimplementasikan, antara pemahaman teoritis dan penerapan praktisnya. Oleh karena itu, pertimbangannya tidak sekedar terbatas pada aspek keuntungan dan kerugian melalui material, melainkan sungguh memprioritaskan operasional bisnis yang berlandaskan pada ketentuan syariah Islam.⁹² Dalam konteks ini, pedagang pasar Manggisian menerapkan strategi peningkatan pendapatan yang tetap berada dalam koridor syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang bukan sekedar mengejar keuntungan, melainkan menjaga integritas bisnisnya sebagai bagian dari pengimplementasian *sharia compliance* dalam aktivitas jual beli pasca revitalisasi pasar Manggisian.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Nikmatul Maskuroh, yang menemukan bahwa pasar Yosomulyo Pelangi meningkatkan pendapatan melalui kegiatan ekonomi yang mengedepankan prinsip larangan riba dan gharar, kejujuran, dan keberkahan (*mabrur*) dalam transaksi. Revitalisasi pasar tradisional ini bukan hanya berbasis pada aspek ekonomi melainkan

⁹² Fakhry Zamzam dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 12.

juga nilai-nilai Islam yang dijadikan dasar moral dan sosial.⁹³ Hal ini sejalan dengan penelitian ini, bahwa pedagang pasar Manggisian juga menerapkan strategi peningkatan pendapatan dengan tetap berpegang pada aspek kepatuhan syariah seperti larangan riba, gharar, serta produk halal. Strategi tersebut menegaskan bahwa revitalisasi pasar yang sejalan dengan penerapan dengan nilai-nilai syariah mampu membangun kepercayaan konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha pedagang secara berkelanjutan.

Dengan demikian, strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan pedagang pasar Manggisian tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga menekankan penerapan nilai-nilai kepatuhan syariah dalam setiap aktivitas perdagangan. Upaya menjaga kehalalan produk, menghindari riba dan gharar, serta menerapkan kejujuran dan keterbukaan dalam transaksi menjadi bentuk implementasi nyata *sharia compliance* yang mampu membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut berperan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong keberlangsungan usaha, sehingga pedagang tetap mampu menjaga stabilitas pendapatan meskipun kondisi pasar belum sepenuhnya pulih pasca revitalisasi.

2. Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Pada Aspek *Sharia* *Transparency* Pasca Revitalisasi Pasar Manggisian

⁹³ Diyah Setyowati, "Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan Di Kota Semarang," *Indicators: Journal of Economic and Business* 2, no.1 (2021): 17, <https://doi.org/10.47729/indicators.v2il.59>."

Hasil temuan penelitian diketahui bahwa para pedagang melakukan strategi dalam meningkatkan pendapatan pada aspek *sharia transparency* pasca revitalisasi pasar Manggis, dilakukan melalui penerapan keterbukaan informasi dalam setiap proses transaksi jual beli, seperti penyampaian harga secara jelas, penjelasan kualitas produk secara jujur, penimbangan barang secara terbuka di hadapan pembeli, serta pemberian informasi yang adil tanpa adanya manipulasi maupun perbedaan perlakuan kepada pelanggan. Praktik transparansi tersebut bertujuan untuk menghindari unsur gharar sekaligus membangun kepercayaan (*trust*) konsumen. Keterbukaan yang diterapkan pedagang tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah, tetapi juga menjadi strategi dalam mempertahankan pelanggan dan mendorong pembelian ulang di tengah kondisi pasar yang belum sepenuhnya stabil pasca revitalisasi. Dengan terbentuknya kepercayaan dan kenyamanan pelanggan, pedagang mampu menjaga keberlangsungan serta kestabilan pendapatan usaha.

Temuan ini sejalan dengan teori *sharia transparency*, yang menegaskan bahwa hakikat transparansi bukan sekedar persoalan teknis melainkan bagian dari etika bisnis yang harus diupayakan dalam upaya mewujudkan keadilan, kejujuran, dan keterbukaan dalam kegiatan perekonomian. Keterbukaan informasi meliputi penyebutan secara rinci tentang objek kontrak, harga, kualitas barang atau jasa, serta semua syarat

dan ketentuan yang berlaku.⁹⁴ Dalam konteks ini para pedagang melakukan strategi dalam meningkatkan pendapatannya pasca revitalisasi dengan tetap berlandaskan pada aspek *sharia transparency*.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Tri Eka Pujilestari, menemukan bahwa sebagian pedagang mengalami penurunan pendapatan, tetapi para pedagang meningkatkan kesejahteraan, yang dalam Islam mencakup aspek kejujuran, keadilan, keterbukaan, serta hubungan harmonis dengan Allah, individu, dan lingkungan.⁹⁵ Temuan tersebut selaras dengan temuan penelitian ini yang mengindikasikan bahwa para penjual di pasar Manggisan mengoptimalkan penghasilannya pasca revitalisasi pasar dengan menerapkan transparansi syariah, melalui praktik penimbangan yang dilakukan didepan pembeli, penyampaian kondisi barang apa adanya, penetapan harga yang jelas dan tidak berubah-ubah, serta pemberian informasi mengenai kualitas dan kuantitas barang tanpa menutup-nutupi.

Dengan demikian, strategi pedagang pasar Manggisan dalam meningkatkan pendapatannya pasca revitalisasi pasar tidak hanya dilakukan melalui pendekatan ekonomi semata, tetapi juga melalui penerapan nilai-nilai *sharia transparency* dalam setiap aktivitas transaksi. Keterbukaan informasi mengenai harga, kualitas produk, serta proses jual beli menjadi upaya nyata pedagang dalam menciptakan transaksi yang

⁹⁴ Amaroh, Husnurrosyidah, and Masykuroh, "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor," 35.

⁹⁵ Ani Clarita, "Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Panorama Kota Bengkulu)," (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023), 5.

adil, jujur, dan bebas dari unsur gharar. Penerapan transparansi tersebut mampu membangun kepercayaan pelanggan, mempertahankan loyalitas konsumen, serta mendorong pembelian ulang, sehingga berkontribusi terhadap keberlangsungan dan kestabilan pendapatan pedagang meskipun kondisi pasar belum sepenuhnya pulih pasca revitalisasi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan perihal Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggis di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi peningkatan pendapatan pada aspek *sharia compliance* dilakukan melalui penerapan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam aktivitas perdagangan, seperti menjaga kehalalan produk, menghindari riba dan gharar, serta menerapkan kejujuran dalam penimbangan dan transaksi. Pedagang juga melakukan strategi usaha berupa penyesuaian waktu berjualan, penambahan variasi produk, menjaga kualitas barang, dan meningkatkan pelayanan guna mempertahankan pendapatan di tengah kondisi pasar yang belum stabil.
2. Strategi peningkatan pendapatan pada aspek *sharia transparency* dilakukan melalui keterbukaan informasi dalam transaksi, meliputi penyampaian harga secara jelas, penjelasan kondisi barang secara jujur, serta penimbangan secara terbuka di hadapan pembeli. Praktik keterbukaan tersebut membangun kepercayaan pelanggan, mendorong pembelian ulang, dan membantu menjaga keberlangsungan pendapatan pedagang pasca revitalisasi pasar.

B. Saran

1. Untuk pemerintah untuk membantu memberikan tindak lanjut dan perhatian penuh terhadap dampak revitalisasi pasar Manggis Kecamatan Tanggul kepada para pedagang yang terdampak revitalisasi pasar agar kembali berpindah ke pasar utama agar terlaksananya pemerataan pendapatan para pedagang.
2. Untuk pengelola pasar Manggis Kecamatan Tanggul, diharapkan meningkatkan efektivitas pengelolaan pasar. Dan dapat menjawab kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi para pedagang, sekaligus meningkatkan fungsi pengawasan serta pemeliharaan pasar, sehingga pedagang dapat merasakan manfaat positif dari pelaksanaan revitalisasi pasar yang optimal dalam jangka panjang.
3. Untuk para pedagang pasar disarankan agar tetap menjaga konsistensi dan keterlibatan partisipasi aktif terhadap setiap program pemerintah demi keberlangsungan kesejahteraan para pedagang pasar Manggis Kecamatan Tanggul.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyadnya, Made Santana Putra, dan Nyoman Djinar Setiawina. “Analisis Tingkat Efektifitas dan Daya Saing Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Agung Peninjoan Desa Peguyangan Kangin.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 04 (2015): 265. <https://media.neliti.com/media/publications/44723-ID-analisis-tingkat-efektivitas-dan-daya-saing-program-revitalisasi-pasar-tradision.pdf>.
- Alasan, Amtai. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2021.
- Aliyah, Istijabatul. “Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan.” *Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung* 2, no. 4 (2014): 24. <https://core.ac.uk/download/pdf/236340293.pdf>.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh. “Financial Attitude, Trust, and ROSCAs’ Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor.” *Global Business and Finance Review* 28, no. 3 (2023): 35. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Andita, Vina, Wawat Hermawat, dan Neneng Sri Hartati. “Pengaruh Jumlah Pelayanan Rawat Jalan, Rawat IGD dan Rawat Inap Terhadap Tingkat Pendapatan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Cideres Kabupaten Majalengka.” *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Cirebon* 14, no. 2 (2019): 372.
- Anggreini, Anreina Putri. “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Pemberdayaan Pedagang Pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.” *Kebijakan dan Manajemen Publik* 6, no. 2 (2018): 1–9.
- Annisa, Aurindita Amelia. “Pasar Tradisional: Pilar Peradaban yang Arif, Berbudaya dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi.” *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* 3, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.857>.
- Arafik, Fakhry Zamzam, dan Havis. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Clarita, Ani. “Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Panorama Kota Bengkulu).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023.
- Cyntia, Pratiwi, Kadek, dan I Nengah Kartika. “Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

Universitas Udayana 7 (2019): 805.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i07.p06>.

- Dea, Syakiroh Maghfirotn Nisa', dan Hendri Hermawan Adinugraha. "The Impact Of Modern Retail On Traditional Shops: A Case Study In Wonokerto." *Bisnistek: Jurnal Ilmiah Bisnis Digital* 1, no. 1 (2024): 3. <https://doi.org/10.69533/9kccpp22>.
- Fajaruddin, Achmad, Talitha Rahma Elvina. "Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim di Pasar Besar Ngawi." *Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 237. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17039>.
- Farhan, Hamudi, Ahsan Putra Hafidz, dan Nova Erliyana. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Aurduri Kota Jambi." *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 3 (2023): 163. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i3.2153>.
- Fauzan, Nur Ika Mauliya, Nurul Setianingrum, M.F. Hidayatullah. *Etika Bisnis Dan Profesi*. Tangerang: Indigo Media, 2023.
- Fauzia, Ika Yunia, Wiwik Lestari, dan Tatik Suryani. "Understanding Sharia Compliance According To Indonesian Muslim Entrepreneurs And Business People." *Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2020): 56.
- Fitriyanto, Fajar. "Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tradisional Tugu Bandar Lampung)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023.
- Hakim, Abdul. "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah." *Jurnal Ekonomi STIEP* 3, no. 2 (2018): 31–38. <https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.8>.
- Hamid, Ahmad Munir. "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam." *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022): 51–68.
- Hamzah, Maulana. "Dampak Revitalisasi Pasar Johar Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang. Undergraduate (S1) Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang." Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang., 2023.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen: Dasar, Pengertian , Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Hisan, Ahmad Abqoriyin, dan Abdul Rokhim. "Implementasi Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT Tunggal Griya Sakinah" *Sanskara Manajemen dan Bisnis* 3, no. 03 (2025): 201–6. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i02>.

- Ista, Akram, Ristiyanti Ahmadul Marunta, Andi Muh. Taqiyuddin, Yakub, dan Nurul Amalia Ista. "Riba, Gharar, Dan Maysir Dalam Sistem Ekonomi Akram." *Jurnal Tana Mana* 4, no. 3 (2024): 315–30. <https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/%0ARiba,>.
- Juwaini, Ahmad. *Transparansi Menurut Islam*. Jakarta: Pustaka Madani, 2010.
- M.F Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, Ahmadiono. "Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 2 (2024): 2836. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>.
- Ma'arif, Samsul. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang." *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 2 (2013): 3.
- Mainingsih, Sayu. "Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 01 (2023): 10.
- Marchel Christian Pangkey . Vecky A.J.Masinambow & Albert T.Londa. "Perbandingan Tingkat Pendapatan Petani Kelapa di Kabupaten Minahasa Selatan (Studi Kasus Di Desa Ongkaw I dan Desa Tiniawangko Kecamatan Sinonsayang)." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 2 (2016): 233–42.
- Masruroh, Nikmatul. "*Domain of Religious Studies but Also Has Implications for Socio-Economic Studies . Halal Discourse Finds Space for Debate in Lecture Studies , Seminars , and Conferences Both at Local and International Levels . The Business Sector Also Gives Serious Atten*" *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 14, no. 1 (2020): 317–38.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Muhammad, Rahel, Abd. Rokhim, dan Ahmadiono. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso" 5, no. 2 (2022): 1–15.
- Mukaromah, Ni'matul Fitria, dan Temmy Wijaya. "Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam." *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 1–16. <https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>.
- Mursin, M. *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup Serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Wardah, 2004.
- Nanda, Dennis Ulfan, dan Khusnul Fikriyah. "Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojojoto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar

- Islami.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 590. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1364>.
- Nengsih, Titin Agustin, dan Fani Kurniawan. “Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern.” *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 6, no. 1 (2021): 17.
- Octavini, N A, E Supriyadi, N T Oktavia, D F Waidah, K Fadli, S A Mendrofa, R A Sawitri, et al. “PEMASARAN: Konsep dan Praktik.” *EDUPEDIA Publisher*, 2023, iv, 258. <http://press.eduped.org/index.php/pedia/article/view/9>.
- Prasetyo, Angga Dwi, Moh. Taufik, dan Ismail Yahya. “Sosialisasi Kriteria Sistem Jaminan Halal Pada Pedagang Warung Makan Sekitar Kampus Iain Surakarta.” *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 7, no. 2 (2020): 144. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v7i2.893>.
- Pratama, Ridho, dan M Sahnun. “Kewirausahaan.” *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik* 1, no. 1 (2019): 51–55.
- Prihatminingtyas, Budi. “Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari.” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 7, no. 2 (2019): 147–54.
- Pujilestari, Tri Eka. “Revitalisasi Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023.
- Qodri, M. Amin. “Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Muslim Di Pasar Perumnas Auduri Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, Universitas Jambi, 2023.
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid 2*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Rahmanto, Arif. “Pengembangan Pedagang di Obyek Wisata Sondokoro Kabupaten Karanganyar.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi* 2, no. 1 (2013): 3.
- Rahmi, Ain. “Mekanisme Pasar Dalam Islam.” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2015): 179.
- Ramdhan, A., Radian Rahim, dan Nurul Nabila Utami. *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Jawa Tengah: Tahta Media Group, 2023.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- RI, BPK. “(UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan

- Menengah.” bpk ri, n.d. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.
- Rinta, Anggi Sirka, Dike Febriana, dan Retno Wulandari. “Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini.” *Jurnal Multidisipliner Bharasumba* 1, no. 02 (2022): 198–205. <https://doi.org/10.62668/bharasumba.v1i02.201>.
- Risdiana, Yoghi Bertianovie, dan Sonny Leksono. “Dampak Proses Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Omzet Pedagang (Pada Pedagang di Pasar Gadang Lama Kota Malang).” *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)* / 4, no. 2 (2023): 45.
- Rivai, Abdul. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Sapto Haryoko, Fajar Arwadi, Bahartiar. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, Dan Prosedur Analisis)*. Makasar: UNM, 2020.
- Saputra, Andi, dan Chandra Satria. “Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang).” *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2021): 143.
- Saputri, Ganis Yuni. “Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Bobotsari (*Analysis Impact Traditional Market Revitalization on Trades Income Bobotsari Traditional Market*).” *Paradigma Multidisipliner* 1, no. 1 (2021): 120. <http://smkn1magelang.sch.id/jpm/index.php/jpm/article/view/1/1>.
- Sari, Dwi Novita, Kavita Sapna Previdayana, dan Mohamad Djasuli. “Implementasi Prinsip Transparansi Dalam Kaidah Islam.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)* 2, no. 1 (2022): 913. <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i3.343>.
- Sari, Ema. “Dampak Revitalisasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang Di Lamasi.” *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 4 (2020): 90. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1481/1/SKRIPSI.pdf>.
- Septiani, Sisca. *Pengembangan Kurikulum Teori, Model, Dan Praktik*. Banten: PT. Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Setyowati, Diyah. “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan Di Kota Semarang.” *Indicators: Journal of Economic and Business* 2, no. 1 (2021): 17. <https://doi.org/10.47729/indicators.v2i1.59>.
- Sholeh. “Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Pagotan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.

- Sihombing, Iwan Kesuma, Ika Sari Dewi, dan Khairunnisa Al Madany. "Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Persepsi Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen di Kota Medan." *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)* 8, no. 1 (2019): 12–25.
- Sinungan, Muchdarsyah. *Produktivitas dan Pendapatan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Stutiari, Ni Putu Eka, dan Sudarsana Arka. "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung." *E-Jurnal EP Unud* 8, no. 1 (2019): 148.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syukria, Alfi. "Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 306. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.221>.
- Tahir, Arifin. *Kebijakan Publik Dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintah Daerah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- TZ, Asep Syahri Romadhan. "Faktor-Faktor Penghambat Revitalisasi Pasar Tradisional Desa Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar." *JOM FISIP UNRI* 4, no. 1 (2017): 4.
- Ufitrotul, Andriani, Hidayati Amalia Nur, and Muhammad Alhad. "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Marketing Strategy of Megaluh Jombang Traditional Market Traders in Increasing Sales during the Covid-19 Pandemic." *Jurnal Sinar Manajemen* 09, no. 2 (2022): 287.
- Wijayanti, Irene Diana Sari. *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2012.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Zufiyardi, Ayudho Selviani, Ade Irma Suryani, and Novita Sari BR Tambunan. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Toko Evi Tenggara Pulau Baai Kota Bengkulu." *Jurnal Economic Edu* 4, no. 2 (2024): 164. <https://doi.org/10.36085/jee.v4i2.6134>.
- Zulkhalis. "Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Pada Pasar Lambaro Aceh Besar)." Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2023.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Laila Saniatur Rohma

NIM : 224105020022

Program Studi : Ekonomi Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atas karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 12 Januari 2026

Saya yang menyatakan



Laila Saniatur Rohma

NIM. 224105020022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 1

Matrik Penelitian

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	TEORI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisan di Kecamatan Tanggul	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia compliance</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan? 2. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia transparency</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi 2. Pendapatan 3. Pedagang 4. Nilai-Nilai Syariah 5. Revitalisasi Pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian : pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif 2. Lokasi Penelitian : Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul 3. Subjek Penelitian : mantri pasar Manggisan, operator dan kebersihan pasar Manggisan, para pedagang pasar Manggisan 4. Teknik Pengumpulan Data : Observasi partisipasi pasif, Wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi 5. Analisis Data : Model interaktif Miles and Huberman dengan tahapan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia compliance</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan dilakukan dengan menjamin kehalalan produk dan menghindari riba dan gharar, seperti menjual semua produk halal, pemanfaatan lokasi strategis, serta memberikan nota dan menimbang sesuai permintaan konsumen. 2. Strategi peningkatan pendapatan pedagang pada aspek <i>sharia transparency</i> pasca revitalisasi pasar Manggisan dilakukan dengan memberikan kasbon kepada pelanggan terpercaya, mengatur display barang, menetapkan harga yang lebih murah atau

			kesimpulan 6. Keabsahan Data : Triangulasi sumber dan teknik	tetap konsisten, dengan memastikan kejujuran serta keterbukaan dalam penyampaian harga, kualitas barang, maupun takaran timbangan.
--	--	--	---	---

LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

No.	Pertanyaan wawancara Mantri Pasar Manggisan dan bagian operator dan kebersihan Pasar Manggisan	Pertanyaan wawancara pedagang Pasar Manggisan
1.	Dapatkan Bapak menjelaskan secara umum profil pasar Manggisan?	Bagaimana kondisi pasar Manggisan setelah dilakukan revitalisasi?
2.	Pada tahun berapa pasar dilakukan revitalisasi?	Bagaimana kondisi pendapatan Ibu setelah adanya revitalisasi pasar?
3.	Bagaimana kondisi pasar Manggisan setelah dilakukan revitalisasi, baik dari sisi fisik maupun aktivitas perdagangan?	Bagaimana strategi yang dilakukan Ibu untuk meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi?
4.	Apakah revitalisasi ini berpengaruh pada jumlah pedagang dan pendapatan pedagang?	Dalam kondisi pasar saat ini, apakah semua produk yang dijual ini halal?
5.	Apakah ada strategi atau kebijakan yang dilakukan pihak pasar untuk meningkatkan pendapatan pedagang pasca revitalisasi?	Dalam strategi yang dilakukan Ibu, apakah Ibu menerapkan prinsip larangan riba, gharar, dan maysir dalam berdagang? Bagaimana cara menerapkannya?
6.	Bagaimana peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam menanggapi kondisi pasar Manggisan saat ini?	Dalam strategi ini apakah Ibu menerapkan kejujuran, keadilan, keterbukaan dalam berdagang? Bagaimana cara menerapkannya?
7.	Apa harapan Bapak terhadap keberlanjutan pasar Manggisan?	Apa ada kendala yang dihadapi Ibu dalam meningkatkan pendapatan pasca revitalisasi

LAMPIRAN 3

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Jurnal Kegiatan Penelitian

Nama : Laila Saniatur Rohma

NIM : 224105020022

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggisian di Kecamatan Tanggul

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	16 November 2025	Penyerahan surat izin penelitian dan observasi pasar Manggisian	Sugeng Purwanto, S.H.	
2.	19 November 2025	Wawancara mengenai sejarah pasar Manggisian dan kondisi pasar Manggisian	Sugeng Purwanto, S.H.	
3.	19 November 2025	Wawancara mengenai kondisi pedagang pasar Manggisian	Maryono	
4.	20 November 2025	Wawancara dengan pedagang buah	Ima	
5.	20 November 2025	Wawancara dengan pedagang sayur	Ani	
6.	20 November 2025	Wawancara dengan pedagang kopi	Febi	
7.	21 November 2025	Wawancara dengan pedagang sembako	Siti Rohma	
8.	21 November 2025	Wawancara dengan pedagang konveksi	Sunarti	

LAMPIRAN 4**DOKUMENTASI PENELITIAN**

Observasi awal 17 November 2025



Dokumentasi tanggal 19 November 2025
Penyerahan surat izin penelitian dan wawancara dengan Bapak
Sugeng Purwanto selaku Mantri Pasar Manggisan



Dokumentasi tanggal 19 November 2025
Wawancara dengan Bapak Maryono selaku Operator dan Kebersihan



Dokumentasi tanggal 21 November 2025
Wawancara dengan Ibu Sunarti selaku pedagang konveksi



Dokumentasi tanggal 20 November 2025
Wawancara dengan Ibu Ani selaku pedagang sayuran



Dokumentasi tanggal 20 November 2025
Wawancara dengan Ibu Ima selaku pedagang buah



Dokumentasi tanggal 20 November 2025
Wawancara dengan Ibu Febi selaku pedagang kopi



Dokumentasi tanggal 21 November 2025
Wawancara dengan Ibu Siti Rohma selaku pedagang sembako

LAMPIRAN 5

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : *4539* Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/11/2025 03 November 2025
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember
 Jl. Kalimantan, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kab. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Laila Saniatur Rohma
 NIM : 224105020022
 Semester : VII (Tujuh)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggis di Kecamatan Tanggul" di Pasar Manggis Kecamatan Tanggul.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



An. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurdi Widyawati Islami Rahayu
 Nurdi Widyawati Islami Rahayu



f

LAMPIRAN 6

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jl. Kalimantan No. 82, Sumbersari, Sumbersari, Jember, Jawa Timur 68121
Telp / Fax (0331) 334497 Pos-el disperindag@jemberkab.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 500.2.2.14//54/35.09.331/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **MUHAMMAD ZAMRONI, SH, M.Si**
NIP : 19680616 199303 1 006
Pangkat / Golongan : Pembina Tingkat I / IV b
Jabatan : Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan
Kabupaten Jember

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : LAILA SANIATUR ROHMA
NIM : 224105020022
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahcmad Siddiq Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Dsr. H. Ubaidillah, M.Ag.

Berdasarkan Surat dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan nomor :
500.2.2.14 tanggal 11 November 2025, Bahwa yang bersangkutan telah selesai
melaksanakan pengambilan data penelitian pada bulan November 2025 s/d selesai di
Pasar Manggisan.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Jember, 24 Desember 2025
Kepala Dinas
Perindustrian dan Perdagangan
Kabupaten Jember



MUHAMMAD ZAMRONI, SH, M.Si
Pembina Tingkat I / IV b
NIP. 19680616 199303 1 006

LAMPIRAN 7

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**


Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Laila Saniatur Rohma
 NIM : 224105020022
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Berbasis Nilai-Nilai Syariah Pasca Revitalisasi Pasar Manggis di Kecamatan Tanggul

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Januari 2026
 Operator Aplikasi Turnitin
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Luluk Musfiroh



LAMPIRAN 8

SURAT KETERANGAN SELESAI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 73 /Un.22/D.5.KP.1/KM.05.00/01/2026

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Ekonomi Syariah,
 menerangkan bahwa :

Nama : Laila Saniatur Rohma
 NIM 224105020022
 Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai
 bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan
 diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 21 Januari 2026

A.n. Dekan
 Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah



Dr. Sofah, M.E.
 NIP. 199105152019032005



LAMPIRAN 9

SURAT KELENGKAPAN NASKAH SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>




SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Laila Saniatur Rohma
 NIM : 224105020022
 Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)		✓
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 03 Februari 2026
 Pembimbing


Prof. Dr. Drs. H. Ubaidillah, M.Ag.
 NIP.196812261996031001



BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Laila Saniatur Rohma
 NIM : 224105020022
 Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 27 September 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Jl. Argopuro Dusun Krajan, RT 002, RW 003, Desa Manggisan, Kec. Tanggul, Kab. Jember
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
 Email : lailasr56@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN Manggisan 01 (2009-2015)
2. SMP Negeri 3 Tanggul (2015-2018)
3. SMA Negeri 2 Tanggul (2018-2021)
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2022-Sekarang)