

SKRIPSI

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
(Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)**

Oleh:

**FUADY AMIN
NPM. 2103011036**



**Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
(Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

Fuady Amin
NPM. 2103011036

Pembimbing: Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.

Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Jurai Siwo Lampung
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb


Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Fuady Amin
NPM : 2103011036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi di Pasar Yosomulyo
Pelangi)

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 18 Desember 2025
Dosen Pembimbing


Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
NIP. 19720611199803 2 001

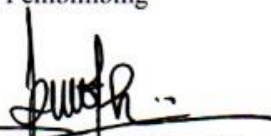
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi di Pasar Yosomulyo
Pelangi)
Nama : Fuady Amin
NPM : 2103011036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, 18 Desember 2025
Dosen Pembimbing


Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
NIP. 19720611199803 2 001



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-059 / Un. 36.3 / D / PP-00-9 / 03 / 2020.

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi), disusun oleh: Fuady Amin, NPM: 2103011036, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/23 Desember 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I.

Penguji II : Hotman, M.E., Sy.

Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)

Oleh:

FUADY AMIN
NPM. 2103011036

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) serta menilai efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang dilakukan melalui penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi, dengan informan sebanyak 16 orang yang terdiri dari pengelola dan pedagang Payungi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat di Pasar Yosomulyo Pelangi meliputi strategi gotong royong, strategi pembangunan *teknikal-profesional*, strategi konflik, strategi pembelotan kultural, dan strategi *social capital*. Strategi gotong royong tercermin dalam kerja bakti rutin dan partisipasi kolektif masyarakat dalam pengelolaan pasar. Strategi *teknikal-profesional* diwujudkan melalui pelatihan kewirausahaan dan pendampingan usaha. Strategi konflik diterapkan melalui musyawarah dalam penyelesaian permasalahan antar pedagang. Strategi pembelotan kultural terlihat dari upaya pelestarian nilai budaya lokal dan gaya hidup *humanis-religius*. Sementara itu, strategi *social capital* berperan dalam penguatan jaringan sosial, kepercayaan, dan solidaritas antar pelaku pasar.

Implementasi strategi pemberdayaan tersebut berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang, yang ditunjukkan oleh stabilitas dan pertumbuhan omzet pasar, khususnya pada periode 2022–2023. Meskipun terjadi penurunan tipis pada tahun 2024, secara umum pasar Payungi tetap menunjukkan daya tahan ekonomi yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi efektif dalam meningkatkan pendapatan dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Masyarakat, Pendapatan, Pasar Kreatif Payungi.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FUADY AMIN
NPM : 2103011036
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Desember 2025
kan

Fuady Amin
NPM. 2103011036

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

QS Ar-Ra'd, Ayat 11

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

Dan Sutan Syahrir pernah berkata:

“Hidup yang tidak diperjuangkan tidak akan pernah dimenangkan”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Rabbil Alamin, Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT atas rahmat, hidayah, dan pertolongannya, penulis diberikan kesehatan, masih di berikan umur hingga saat ini dan harapan kedepannya mudah-mudahan penulis panjang umur, penulis masih di berikan kesempatan menghirup udara segar menikmati indahny kehidupan di dunia ini meskipun dunia ini adalah lantaran menuju akhirat kelak.

Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita semua nanti-nantikan Syafa'atnya kelak di yaumul qiyamah, mudah mudahan penulis beserta keluarga, sahabat, semua guru guru baik mulai dari sekolah dasar sampai kuliah, juga tak lupa kepada semua orang yang telah mengingatkan penulis meskipun hanya pernah bertemu satu kali, mudah mudahan semuanya di akui ummat nya beliau Nabi Muhammad SAW dan kelak diberikan Syafaatnya Oleh beliau Amiin-Amiin ya rabbal alamin.

1. Untuk Diri sendiri: Sebagai bentuk rasa syukur atas kekuatan, kesabaran, dan keistiqomahan dalam menjalani segala proses hiruk pikuk perkuliahan ini, semoga setiap lelah dan usaha yang telah di lakukan penulis akan berbuah kebaikan di masa mendatang, juga bernilai ibadah disisi ALLAH SWT, semua orang tidak akan pernah memperdulikan masa susah yang sedang kita alami mereka hanya menilai keberhasilan yang kita lakukan, semua orang tidak akan pernah peduli prosesnya oleh karena itu jangan terlalu berlebihan menganggap orang lain memperhatikan diri kita. Tepat pada tanggal 17 desember 2025 penulis sangat merasa bersyukur bisa sampai tahap ini meskipun belum di Wisuda dan sangat amat besar harapan penulis untuk bisa melalui tahapan berikutnya hingga wisuda pada bulan April 2026.
2. Untuk Kedua Orang Tua dan Keluarga: yang selalu mensupport lahiriyah membiayai Uang Kuliah Tunggal (UKT) penulis dari awal kuliah hingga saat ini, yang tak kenal lelah setiap waktu juga tak pernah membandingkan proses anaknya dengan orang lain, dan selalu bangga kepada setiap anaknya termasuk bangga kepada penulis, mensupport batiniyah yaitu

selalu mendoakan penulis menjadi tempat pertama penulis berkeluh kesah tentang semua masalah yang penulis alami, meskipun terkadang penulis sadar seharusnya tidak pantas seorang anak bercerita tentang banyaknya masalah yang di hadapi pasti kedua orang tua penulis lebih banyak masalah yang ada di fikirannya, tetapi meskipun begitu kedua orang tua penulis tetap menjadi orang yang selalu mendengar dan menyemangati penulis, terimakasih banyak Ibu Siti Aminah dan Bapak Abdul Muhi, Mohon maaf sebesar besarnya penulis utarakan karena sampai saat ini belum bisa membuat mereka bangga dengan sepenuhnya, Fuady sayang mamak bapak. Mudah mudahan beliau di berikan panjang umur,sehat selalu dan bisa menyaksikan anaknya sukses.untuk teteh wiwi, a' ofiq, mas muslih, teteh holi, adek ahmad dimiyati selaku keluarga penulis yang selalu menyemangati penulis ribuan terimakasih penulis ucapkan.

3. Untuk Ibu profesor doktor Siti Zulaikha selaku pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar, selalu meluangkan waktu, juga selalu memberikan semangat kepada penulis, tidak kenal lelah selalu memberikan yang terbaik untuk membimbing dan memberikan arahan untuk penulis, penulis ucapkan ribuan terimakasih yang tak terhingga untuk beliau mudah mudahan beliau di berikan umur yang panjang, sehat jasmani rohani amiin-amiin ya rabbal alamin.
4. Untuk setiap dosen yang selalu menyemangati dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Ibu Rina El-Maza selaku pembimbing akademik penulis, ibu Zumarah yang pernah mendengarkan keluh kesah penulis, ibu suci hayati, ibu primadatu deswara, bapak hotman, bapak mujib baidhowi, bapak dharma setyawan dan untuk setiap jajaran akademik yang membantu dan tidak mempersulit penulis di ucapkan beribu terimakasih sedalam-dalamnya.

Mudah mudahan semua orang yang terlibat dan membantu penulis ketika proses penulisan skripsi ini di mudahkan segala urusannya di panjangkan umurnya juga di berikan balasan yang tak terhingga dari ALLAH SWT. Dan mudah mudahan Skripsi ini bisa bermanfaat untuk setiap orang yang membaca dan bermanfaat bagi pedagang dan penggerak payungi amiin amiin ya rabbal alamin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Saya panjatkan rasa dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Penulisan Skripsi ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar S.E pada Prodi Ekonomi Syariah UIN Jurai Siwo Lampung.


Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku Rektor UIN Jurai Siwo Lampung.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Jurai Siwo Lampung.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E. sebagai ketua prodi Ekonomi Syari'ah UIN Jurai Siwo Lampung.
4. Ibu Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH., selaku pembimbing skripsi yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memotivasi saya.
5. Pihak-pihak pedagang payungi yang ikut membantu dalam memberikan pengetahuan dan informasinya.

Saya sebagai penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Kepala Desa Staff jajarannya yang telah bersedia memberikan informasi awal data-data penelitian.

Saran dan masukan untuk penelitian ini sangat dibutuhkan demi perbaikan skripsi ini dan akan diterima dengan kelapangan hati dan akhirnya semoga hasil penelitian yang dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan strategi pemberdayaan masyarakat.

Metro, 17 Desember 2025

Peneliti

Fuady Amin
NPM. 2103011036

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN.....	Error! Bookmark not c
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemberdayaan Masyarakat.....	13
1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat.....	13
2. Konsep Pemberdayaan Masyarakat.....	14
3. Strategi Pemberdayaan Masyarakat	15
B. Pendapatan	18
1. Pengertian Pendapatan.....	18
2. Teori Peningkatan Pendapatan dalam Ekonomi Syariah.....	19
3. Indikator Peningkatan Pendapatan	20
C. Pasar Kreatif	22
1. Pengertian Pasar Kreatif	22

2. Ciri-Ciri Pasar Kreatif	23
3. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kreatif	25
4. Dampak Pasar Kreatif terhadap Pendapatan Penduduk	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Uji Keabsahan Data	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40
1. Sejarah Singkat Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota metro.....	40
2. Data dan Pendapatan Pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro.....	44
3. Struktur Organisasi Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro	48
B. Deskripsi Hasil Penelitian	49
1. Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi	49
2. Indikator Peningkatan Pendapatan di Payungi	59
3. Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi Dalam Meningkatkan Pendapatan	66
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Tahunan Payungi (2022-2024).....	4
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....	46
Tabel 4.1 Data Pedagang, Rata-rata Pendapatan kotor dan bersih pedagang 2022-2024.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Yosomulyo Pelangi	60
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Provinsi Lampung, khususnya Kota Metro, masih menghadapi tantangan dalam pemberdayaan masyarakat yang belum optimal dalam meningkatkan pendapatan meskipun terdapat kemajuan dalam program-program seperti pengembangan UMKM dan pemanfaatan sumber daya lokal untuk pembangunan ekonomi, dengan tingkat partisipasi masyarakat yang rendah dan ketergantungan pada bantuan eksternal yang berdampak pada kemandirian finansial dan kesejahteraan rumah tangga.

Namun, upaya pemberdayaan ini belum sepenuhnya efektif karena kurangnya integrasi antara strategi lokal dengan inovasi modern, yang menghambat pertumbuhan pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Tantangan ini semakin diperburuk oleh keterbatasan akses teknologi, pendidikan, dan pasar, yang menurunkan daya saing masyarakat dibandingkan wilayah lain di Indonesia.¹

Pemberdayaan masyarakat kini menjadi agenda penting pemerintah, terutama sebagai kelanjutan dari kegagalan konsep pembangunan masa lalu. Tidak hanya pemerintah, dunia usaha juga memiliki program pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat. Namun hal ini, sering bertentangan dengan kenyataan dilapangan. Program pemberdayaan kurang mengena sasaran, karena sering dilakukan

¹ Budi Santoso dan Rina Oktaviani, *Menuju Lampung Maju: Perencanaan Pembangunan Provinsi Lampung* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2025), 89–95.

secara charity, ditambah lagi program pemberdayaan malah menguras dan “memperdayai” rakyat. Sehingga praktek kecurangan semakin merajalela, yang kaya semakin berkuasa, yang miskin semakin tidak berdaya.²

Seharusnya pemberdayaan itu dipusatkan pada rakyat sehingga rakyat berperan aktif dalam proses pemberdayaan tersebut. Yang pemberdayaan Masyarakat itu bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, mampu menggali dan memanfaatkan potensi-potensi yang ada di daerahnya, dan membantu masyarakat untuk terbebas dari keterbelakangan atau kemiskinan. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, karena yang menjadi subyek dari pemberdayaan adalah masyarakat itu sendiri sedangkan pemerintah hanya sebagai fasilitator.³

Ekonomi kreatif telah mengalami perkembangan yang signifikan dan menjadi salah satu fenomena strategis dalam merespons dinamika serta tantangan globalisasi. Peran teknologi informasi menjadi faktor utama yang mendorong percepatan pertumbuhan sektor ini, menjadikannya sebagai alternatif solusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, banyak pasar tidak hanya berfokus pada penyediaan produk semata, tetapi juga menghadirkan pengalaman berbelanja yang unik dan berbeda. Pasar-pasar tersebut dirancang dengan nuansa yang menarik dan

² Damayanti, Evi, ed. *Kebijakan Pengentasan Kemiskinan: Mengurangi Kegagalan Program Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2024, hlm. 112–145.

³ Damayanti, Evi, ed. *Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Widina Media Utama, 2023, hlm. 15–45.

nyaman, sehingga menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Model pasar seperti ini dikenal sebagai pasar kreatif.⁴

Umumnya, pasar kreatif diselenggarakan dalam bentuk bazar, pameran, atau kegiatan tematik lainnya yang memberikan dukungan bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor ekonomi kreatif. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi yang bersumber dari kreativitas dan potensi budaya daerah.⁵

Penerapan strategi Pemberdayaan masyarakat seperti; strategi pembangunan gotong royong, strategi pembangunan teknikal professional, strategi konflik, strategi pembelotan kultural, Strategi Social Capital. Dalam pasar yang berfokus pada aspek pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan kewirausahaan. Dengan demikian, pasar kreatif dapat menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas dan budaya lokal.⁶

Payungi mengajarkan konsep pasar, kewirausahaan yang mempertimbangkan lingkungan, dan penggunaan praktik Pasar Kreatif yang ada di Indonesia. Misalnya, pedagang yang berjualan makanan dari olahan singkong, adanya flying fox , pemancingan lele untuk anak anak , dan

⁴ Chatra, M. Afdhal. *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish, 2023, hlm. 67–95.

⁵ Chatra, M. Afdhal. *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish, 2023, hlm. 120–152.

⁶ Dr.Dedeh Maryani, M.M. dan Ruth Roselin E. Nainggola, S.P., .SI., “*Pemberdayaan Masyarakat*” (Jogjakarta; CV Budi Utama, 2019) hlm 200.

menjaga kelestarian budaya seperti menggunakan seragam di setiap minggunya (seragam batik payungi, ecoprint, sorjan, tapis payungi).

Hal ini menciptakan pasar, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bertindak secara ekonomi dan kreatif, dan secara tidak sadar menghilangkan ajaran budaya kebarat-baratan. Adapun total jumlah pedagang 3 tahun terakhir di pasar payungi yaitu, 2022 (90 Pedagang) 2023 (73 Pedagang) 2024 (75 Pedagang).⁷

Tabel 1.1
Omzet Tahunan Payungi (2022-2024)

Tahun	Total Omzet	Kenaikan Dari Tahun Sebelumnya	Persentase Kenaikan
2022	Rp 3.487.852.660	-	-
2023	Rp 4.138.164.300	Rp 650 .311.640	+18,65%
2024	Rp 4.128.512.000	-Rp 9.652.300	-0,23%

Tahun 2022–2023: Pertumbuhan Signifikan Pendapatan pasar kreatif Payungi meningkat dari sekitar Rp 3,49 miliar menjadi Rp 4,14 miliar, atau tumbuh sekitar 18,65%. Ini menunjukkan peningkatan aktivitas ekonomi kreatif, kemungkinan besar didorong oleh Pemulihan pasca pandemic Aktivitas promosi dan event yang lebih aktif Pemberdayaan UMKM dan pelaku lokal melalui strategi pemberdayaan masyarakat.

Tahun 2023–2024: Stabilisasi atau Penurunan Tipis Di tahun 2024, omzet sedikit menurun sekitar 0,23% atau sekitar Rp 9 juta. Penurunan kecil ini bisa disebabkan oleh beberapa factor Libur panjang yang memotong minggu operasional aktif, Kenaikan biaya produksi atau distribusi, Ketergantungan pada event musiman tanpa diversifikasi penawaran yang

⁷ Wawancara, Mas Edi Susilo, “*Mengenai Jumlah pedagang di payungi*” (Payungi, 7 Mei 2025) Pkl. 20.00

cukup. Meskipun menurun sedikit, omzet tetap berada di angka lebih dari Rp 4,1 miliar, menunjukkan bahwa daya tahan pasar tetap tinggi.

Pasar kreatif Payungi mengalami pertumbuhan pendapatan yang positif dan signifikan antara tahun 2022 dan 2023. Meskipun ada sedikit penurunan di tahun 2024, pendapatan tetap stabil pada level tinggi, mencerminkan keberhasilan model pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Konsistensi omzet ini menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan telah memberikan dampak nyata dalam memperkuat ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil prasurvey wawancara dengan Bapak Darma Selaku Founder Payungi mengatakan bahwa “Dulu berawal dari gagasan tentang konsep pembangunan desa, mengecat jalan dan dinding rumah berkonsep mural, dan secara tidak sengaja terunggah di sosial media sehingga banyak orang yang datang sekedar hanya ingin berfoto selfie. Melihat banyaknya pengunjung yang datang, pada akhirnya timbul pemikiran tentang Sebuah pasar digital rakyat yang digagas oleh Genpi Lampung, Komunitas Yosomulyo Pelangi, Pojok Boekoe Cangkir, Nuwobalak.id, Risma Sabilil Mustaqim dan Relawan mahasiswa Perguruan Tinggi, walaupun keraguan tentang berjalan atau tidaknya masih dirasakan oleh sebagian masyarakat yang nantinya ingin memajukan pasar tersebut. Permodalan Payungi awalnya

melalui kas Mushola yang dipinjamkan kepada calon pedagang dengan jumlah berbeda-beda tergantung kebutuhan setiap pedagang”.⁸

Pada Sabtu pagi, mereka bergotong royong membersihkan lingkungan pasar, menunjukkan solidaritas komunal, sementara pada Sabtu sore, kerja bakti rutin mempererat kebersamaan. Pada hari libur seperti tanggal merah, masyarakat juga mengadakan kegiatan kolektif untuk mempercantik desa atau mendukung inisiatif lokal. Kombinasi nilai spiritual, kewirausahaan, dan gotong royong ini menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang khas, menjadikan Payungi laboratorium sosial yang ideal untuk penelitian.

Peneliti memilih meneliti di Payungi karena Payungi merupakan Pasar Kreatif yang memiliki keunikan budaya dengan semangat gotong royong dan kewirausahaan yang kuat di masyarakatnya. Aktivitas seperti pesantren wirausaha setiap Kamis malam dan gotong royong setiap Sabtu memperlihatkan solidaritas sosial yang tinggi sekaligus mendorong kewirausahaan berbasis komunitas.

Payungi juga berperan sebagai laboratorium sosial yang ideal untuk penelitian karena model pemberdayaan masyarakat yang khas, dimana masyarakat tidak sekadar objek tapi menjadi pelaku utama dalam pengelolaan dan pengembangan ekonomi kreatif di pasar Yosomulyo Pelangi. Hal ini menarik untuk diteliti guna memahami strategi pemberdayaan yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Penurunan pendapatan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), Kelurahan Yosomulyo, Metro, Lampung, sebagai inisiatif pemberdayaan

⁸ Wawancara, Bapak Darma, “*Mengenai Awal Mula Berdirinya Pasar Payungi*” (Payungi, 20 April 2025) Pkl. 10.30

masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa permasalahan berikut adalah faktor-faktor utama yang menyebabkan fluktuasi atau penurunan pendapatan: faktor eksternal (cuaca dan pandemi), penurunan jumlah pedagang, kurangnya daya tarik baru, keterbatasan pemasaran digital, masalah operasional.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengangkat judul: **“Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi)?
2. Apakah strategi yang di terapkan dapat meningkatkan pendapatan Pedagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi)?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian pada umumnya bertujuan untuk menguji, menganalisis, menemukan suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut;

- a. Mengetahui strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), termasuk mekanisme pelaksanaan, pelaku yang terlibat, serta dampaknya terhadap partisipasi masyarakat lokal.

- b. Menganalisis strategi yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi terhadap peningkatan pendapatan pedagang dan pelaku usaha, serta mengevaluasi efektivitas dan keberlanjutan strategi tersebut dalam konteks ekonomi lokal.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara pragmatis maupun secara akademis bagi penulis maupun pembaca:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat Menambah wawasan tentang pemberdayaan masyarakat, Mengembangkan teori pemberdayaan masyarakat, Menghasilkan model pemberdayaan sebagai referensi penelitian berikutnya, Menjadi studi kasus untuk penelitian serupa di daerah lain, Memberikan analisis kritis untuk memperkaya diskusi akademis tentang efektivitas pemberdayaan.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat di jadikan dasar bagi pengambil kebijakan yaitu Founder Payungi untuk merumuskan program pemberdayaan yang efektif, Membantu merancang pelatihan sesuai kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dan pendapatan, Membantu masyarakat menerapkan strategi pemberdayaan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan, Menyediakan alat evaluasi untuk memperbaiki program pemberdayaan, Meningkatkan

kesadaran masyarakat tentang pentingnya partisipasi aktif dalam pemberdayaan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat secara sistematis mengenai hasil penelitian terlebih dahulu yang sudah pernah dibuat dan dianggap cukup relevan atau mempunyai keterkaitan dengan judul dan topik yang akan diteliti. Berdasarkan penelusuran terhadap kepustakaan yang ada sejauh ini penulis belum menemukan karya tulis ilmiah yang secara khusus membahas tentang yang akan diteliti. Namun demikian peneliti juga menemukan beberapa karya tulis yang meneliti secara umum berkaitan dengan penelitian penulis, diantaranya:

No	Nama Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Septian Umar Huda/2021. ¹	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pasar Kuliner Payungi Di Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota Metro	Dari hasil penelitian yang di teliti oleh septian umar huda dapat disimpulkan bahwa Pasar Kuliner Payungi telah menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat yang efektif dan berkelanjutan. Konsep pasar yang berbasis komunitas ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung dan tidak langsung. Selain peningkatan ekonomi, terjadi pula peningkatan dalam aspek sosial dan buday	Kedua penelitian mengangkat tema utama pemberdayaan masyarakat melalui aktivitas di Payungi. Fokus utamanya adalah bagaimana kegiatan tersebut mendorong kemandirian ekonomi warga.	Penelitian sebelumnya lebih Menekankan peran Pasar Kuliner Payungi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi, serta bagaimana pasar ini menjadi pusat kegiatan ekonomi kreatif. Penelitian saat ini lebih Menekankan pada strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh komunitas Payungi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

¹ Septian Umar Huda, “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Pasar Kuliner di Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota Metro” (skripsi S1, UIN JURAI SIWO LAMPUNG, 2021).

No	Nama Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Intan Prastanti/2020. ²	Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro	Dari hasil penelitian yang di teliti oleh menunjukkan bahwa Pemberdayaan berbasis potensi lokal di Payungi mampu meningkatkan ekonomi rumah tangga.Partisipasi aktif warga, khususnya ibu rumah tangga dan pemuda, menjadi kunci utama keberhasilan kegiatan.Penguatan ekonomi rumah tangga melalui usaha kuliner, kerajinan, dan jasa berbasis budaya lokal menciptakan masyarakat yang lebih mandiri dan kreatif.	Sama-sama menganalisis peran aktivitas ekonomi lokal di Payungi, seperti UMKM, kuliner tradisional, pelatihan, dan partisipasi warga. Keduanya menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Jika penelitian sebelumnya Lebih menekankan pada output ekonomi rumah tangga, seperti penghasilan dan aktivitas usaha keluarga. Pada skripsi ini Lebih menekankan pada proses strategis, seperti pelibatan masyarakat, pendidikan, serta manajemen pemberdayaan.

² Intan Prasanti, “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga di Pasar Yosomulyo Pelangi Payungi Kota Metro” (skripsi S1, UIN JURAI SIWO LAMPUNG, 2020).

No	Nama Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Desi Intan Sari 2020. ³	Pemberdayaan Masyarakat “Payungi”BERBASIS Potensi LOKAL (Studi DI Pasar Yosomulyo Pelangi, Metro Pusat)	Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: Payungi berhasil menjadi wadah pemberdayaan berbasis potensi lokal yang nyata. Masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga subjek utama penggerak kegiatan. Pemberdayaan ini berdampak pada aspek ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan warga sekitar.	Menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis komunitas (community-based development), di mana warga terlibat langsung dalam pengelolaan dan pengembangan Payungi.	Jika skripsi sebelumnya meneliti tentang Lebih mendalami komunitas Payungi sebagai pelaksana pemberdayaan dan pemanfaatan potensi lokal. Pada skripsi ini meneliti masyarakat yang terlibat atau merasakan dampak dari strategi pemberdayaan.

³ Desi Intan Sari, “Pemberdayaan Masyarakat Payungi Berbasis Potensi Lokal: Studi di Pasar Yosomulyo Pelangi Metro Pusat” (skripsi S1, UIN JURAI SIWO LAMPUNG, 2020).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemberdayaan Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, kapasitas, dan kemandirian individu serta kelompok dalam masyarakat agar dapat mengelola sumber daya secara optimal, mengambil keputusan yang berdampak positif, dan mencapai kesejahteraan secara berkelanjutan dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

Proses ini melibatkan serangkaian kegiatan seperti pendidikan, pelatihan keterampilan, penguatan kelembagaan, dan peningkatan akses terhadap informasi serta teknologi untuk membekali masyarakat dengan alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan, seperti kemiskinan, keterbatasan modal, atau kurangnya keterampilan.¹

Pendekatan ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat, di mana mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga pelaku utama dalam merancang dan melaksanakan program pembangunan. Selain itu, Ife menambahkan bahwa pemberdayaan masyarakat harus berbasis pada nilai-nilai keadilan sosial, pemerataan, dan penghormatan terhadap

¹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Berdaya: Konsep dan Strategi Pemberdayaan* (Bandung: Refika Aditama, 2018), hlm. 45.

kearifan lokal, sehingga prosesnya mencerminkan kebutuhan dan aspirasi komunitas.²

2. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan keberdayaan individu serta kelompok dalam suatu komunitas agar mereka mampu mengelola sumber daya yang tersedia, mengambil keputusan secara mandiri, dan mencapai kesejahteraan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

Proses ini tidak hanya bertujuan untuk mengatasi masalah seperti kemiskinan atau keterbatasan akses, tetapi juga untuk membangun kepercayaan diri dan kemampuan masyarakat dalam menghadapi tantangan secara berkelanjutan.³

Beberapa tahapan untuk menjadikan masyarakat berdaya atau pemberdayaan masyarakat menurut Hasdiyansyah dalam buku ajar pemberdayaan masyarakat sebagai berikut⁴:

- a. Persiapan (Preparation): Melibatkan identifikasi masalah dan potensi masyarakat melalui survei partisipatif, pemetaan sumber daya lokal, serta pembentukan tim fasilitator. Tahap ini menekankan pemahaman konteks sosial-budaya untuk membangun kepercayaan.⁵

² Jim Ife, *Community Development: Creating Community Alternatives* (Melbourne: Longman, 2016), hlm. 78.

³ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Berdaya: Konsep dan Strategi Pemberdayaan* (Bandung: Refika Aditama, 2018), hlm.47.

⁴ Hasdiyansyah, *Buku Ajar Pemberdayaan Masyarakat* (Eureka Media Aksara, 2023), 56–62.

⁵ Hasdiyansyah, 57.

- b. Perencanaan (Planning): Masyarakat secara kolektif merumuskan tujuan, strategi, dan rencana aksi. Di sini, integrasi pengetahuan lokal dan kolaborasi antar-stakeholder (pemerintah, LSM, swasta) menjadi kunci untuk memastikan kepemilikan.⁶
- c. Pelaksanaan (Implementation): Eksekusi program melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kapasitas (misalnya, keterampilan ekonomi atau digital). Partisipasi aktif masyarakat diutamakan untuk membangun rasa tanggung jawab.⁷
- d. Monitoring dan Evaluasi (Monitoring and Evaluation): Pemantauan berkelanjutan dengan indikator partisipatif (seperti peningkatan pendapatan atau partisipasi perempuan) untuk menilai kemajuan dan menyesuaikan strategi.⁸
- e. Terminasi atau Keberlanjutan (Termination/Sustainability): Penarikan fasilitator eksternal secara bertahap, dengan transfer pengetahuan penuh kepada masyarakat untuk mencapai kemandirian jangka panjang. Tahap ini menjamin program tidak bergantung pada bantuan luar.⁹

3. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan posisi tawar masyarakat dalam kehidupan sosial, ekonomi, maupun politik. Strategi

⁶ Hasdiansyah, 59.

⁷ Hasdiansyah, 60.

⁸ Hasdiansyah, 61.

⁹ Hasdiansyah, 62.

pemberdayaan menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan proses tersebut. Dalam kajian ini, strategi pemberdayaan masyarakat dianalisis berdasarkan pemikiran Pujiono, Gunawan Sumodiningrat, dan Robert Chambers.

a. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Menurut Pujiono

Menurut Pujiono, strategi pemberdayaan masyarakat diarahkan pada peningkatan kapasitas dan penguatan kelembagaan masyarakat agar mampu mandiri dalam mengelola potensi yang dimiliki.¹⁰ Pemberdayaan tidak hanya dimaknai sebagai pemberian bantuan, tetapi sebagai proses sistematis yang mendorong masyarakat agar memiliki kemampuan dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pemberdayaan.

Strategi yang dikemukakan Pujiono meliputi:

- 1) Peningkatan kapasitas melalui pelatihan dan Pendidikan.
- 2) Pendampingan masyarakat secara berkelanjutan.
- 3) Penguatan kelembagaan atau organisasi local.
- 4) Pengembangan potensi dan sumber daya local.
- 5) Peningkatan partisipasi aktif Masyarakat, dalam setiap tahapan pemberdayaan.¹¹ Melalui strategi tersebut, masyarakat diharapkan mampu mencapai kemandirian secara ekonomi dan sosial.

b. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Menurut Gunawan Sumodiningrat

¹⁰ Pujiono, *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 45.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 48.

Gunawan Sumodiningrat memandang pemberdayaan sebagai upaya meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui proses pendampingan yang terarah dan berkelanjutan.¹² Menurutnya, pemberdayaan merupakan proses transformasi dari kondisi ketergantungan menuju kemandirian.

Strategi pemberdayaan menurut Sumodiningrat meliputi beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Pemberian motivasi dan peningkatan kesadaran masyarakat.
- 2) Pelatihan dan peningkatan keterampilan.
- 3) Penguatan manajemen diri (self-management).
- 4) Mobilisasi sumber daya; serta pemberdayaan dan pengembangan jaringan kerja (networking).¹³ Pendampingan dalam perspektif ini berfungsi sebagai fasilitator yang mendorong masyarakat agar mampu mengelola sumber daya dan menentukan arah pemberdayaan secara mandiri.

c. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Menurut Robert Chambers

Robert Chambers menekankan pendekatan partisipatif sebagai strategi utama dalam pemberdayaan masyarakat. Ia memperkenalkan konsep Participatory Rural Appraisal (PRA), yaitu metode yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pemberdayaan.¹⁴ Melalui pendekatan ini, masyarakat terlibat secara aktif dalam proses

¹² Gunawan Sumodiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), hlm. 32.

¹³ Ibid., hlm. 35–37.

¹⁴ Robert Chambers, *Rural Development: Putting the Last First*, (London: Longman, 1983), hlm. 87.

identifikasi masalah, perencanaan, hingga evaluasi program pembangunan.

Selain itu, Chambers mengemukakan konsep reversal of learning, yaitu perubahan paradigma dari pendekatan top-down menjadi dialogis dan partisipatif.¹⁵ Strategi pemberdayaan menurut Chambers juga mencakup penguatan kapasitas masyarakat, peningkatan akses terhadap sumber daya dan kekuasaan, serta keberpihakan kepada kelompok miskin melalui prinsip putting the last first. Dengan demikian, pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada redistribusi kekuasaan dan keadilan sosial.

B. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan total hasil atau imbalan yang diterima individu atau rumah tangga dalam periode tertentu, yang dapat berasal dari upah, gaji, keuntungan usaha, atau sumber sah lainnya. Pendapatan ini mencerminkan jumlah pemasukan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari.

Selain sebagai tolak ukur pemasukan, pendapatan juga menunjukkan kemampuan seseorang atau keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup. Semakin besar pendapatan, semakin tinggi pula kapasitas untuk memenuhi kebutuhan dasar maupun tambahan, sehingga

¹⁵ Robert Chambers, *Whose Reality Counts? Putting the First Last*, (London: Intermediate Technology Publications, 1997), hlm. 102.

pendapatan menjadi indikator kunci dalam mengukur tingkat kesejahteraan ekonomi individu atau keluarga.¹⁶

2. Teori Peningkatan Pendapatan dalam Ekonomi Syariah

Teori peningkatan pendapatan yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat terutama di Indonesia dalam konteks ekonomi kreatif,UMKM. Menurut Jim Ife ada dua teori yaitu; teori Asset-Based Community, Teori Trickle-up effect.¹⁷ yang di jelaskan sebagai berikut:

a. Teori Asset-Based Community Development (ABCD)

Teori Asset-Based Community Development (ABCD) yang dikembangkan oleh Kretzmann dan McKnight menekankan bahwa peningkatan pendapatan masyarakat yang berkelanjutan harus dimulai dari identifikasi dan pemanfaatan aset lokal yang sudah dimiliki komunitas (modal manusia, sosial, fisik, alam, dan budaya), bukan hanya dari bantuan luar. Dalam konteks pemberdayaan, pendekatan ini mendorong masyarakat untuk mengubah aset budaya dan keterampilan tradisional menjadi produk ekonomi kreatif yang bernilai jual tinggi, sehingga meningkatkan pendapatan secara mandiri dan berkelanjutan.¹⁸

¹⁶ Mardalis, "Ekonomi Pembangunan", Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE, 2001, hlm. 45-67.

¹⁷ Ife, Jim. 2016. *Community Development in an Uncertain World: Vision, Analysis and Practice*. Edisi ke-2. Cambridge: Cambridge University Press, hlm. 67-89.

¹⁸ Kretzmann, John P., dan John L. McKnight. 1993. *Building Communities from the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing Community Assets*. Chicago: ACTA Publications, hlm. 1-15.

b. Teori Trickle-Up Effect (Yunus) dan Social Business

Muhammad Yunus melalui konsep “trickle-up effect” menyatakan bahwa peningkatan pendapatan yang paling efektif bagi masyarakat miskin terjadi ketika intervensi ekonomi dilakukan dari bawah (bottom-up), misalnya melalui pemberian akses modal usaha mikro dan pengembangan kewirausahaan sosial. Berbeda dengan trickle-down effect, pendekatan ini terbukti mampu mengentaskan kemiskinan karena keuntungan usaha tetap beredar dan berlipat ganda di dalam komunitas itu sendiri, sebagaimana terlihat pada keberhasilan Grameen Bank dan berbagai program pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Indonesia.¹⁹

3. Indikator Peningkatan Pendapatan

Di tengah transformasi ekonomi kreatif Indonesia yang semakin menggeliat pada tahun 2025, pedagang pasar kreatif baik di sentra oleh-oleh, bazar malam, pameran seni, maupun platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop menjadi motor utama peningkatan pendapatan mikro yang berkelanjutan.

Didukung oleh kebijakan Kemenparekraf, Kemenkop UKM, dan program digitalisasi nasional, pelaku usaha kecil di subsektor kuliner, fesyen, kriya, dan seni kini tidak hanya bertahan, tetapi mampu meningkatkan skala usaha, mengakses pembiayaan murah, dan menjangkau pasar global.

¹⁹ Yunus, Muhammad. 2010. *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*. New York: PublicAffairs, hlm. 17–34.

Berikut adalah 15 Indikator Peningkatan Pendapatan Pedagang di Pasar Kreatif (ekonomi kreatif berbasis pasar fisik & digital) di Indonesia tahun 2025. Fokus pada pedagang individu/UMKM kreatif (kuliner, kriya, fesyen, seni, musik, dll.) yang berjualan di pasar malam, sentra oleh-oleh, pameran, e-commerce, atau platform kreatif seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, TikTok Shop, dan Pasar Seni.

Indikator ini spesifik, terukur, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pedagang. Data bersumber dari laporan resmi Kemenparekraf, BPS, dan Kementerian Koperasi & UKM 2025.²⁰

- a. Omset Harian Rata-Rata Pedagang Pendapatan kotor per hari dari penjualan produk kreatif.
- b. Margin Keuntungan Bersih (Net Profit Margin) Keuntungan bersih setelah dikurangi biaya (bahan, sewa, listrik).
- c. Jumlah Transaksi per Hari Banyaknya pembelian (offline + online).
- d. Pendapatan dari Penjualan Digital (E-Commerce) Omset dari Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Instagram.
- e. Jumlah Followers & Engagement Media Sosial.
- f. Partisipasi dalam Pameran Kreatif Jumlah event (bazar, festival) yang diikuti per tahun.
- g. Akses KUR Kreatif (Kredit Usaha Rakyat) Pinjaman murah (6%) untuk modal usaha.

²⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Kinerja Pedagang Kreatif 2025: Dari Pasar Malam ke Global Market* (Jakarta: Kemenparekraf, 2025), 45–67.

- h. Peningkatan Kapasitas Produksi Jumlah produk yang bisa diproduksi per hari.
- i. Diversifikasi Produk Kreatif Jumlah varian produk (misal: 5 → 12 jenis kriya).
- j. Pendapatan dari Kolaborasi (Co-Branding) Kerja sama dengan brand besar, influencer.
- k. Tingkat Repeat Order (Pelanggan Tetap) Persentase pembeli yang kembali.
- l. Pendapatan dari Wisatawan Mancanegara Penjualan ke turis asing (dolar, euro).
- m. Penggunaan QRIS & Pembayaran Digital Transaksi non-tunai. Diukur via Bank Indonesia.
- n. Peningkatan Skala Usaha (Naik Kelas) Dari pedagang kaki lima menjadi toko tetap/kios online.
- o. Indeks Kepuasan Hidup Pedagang (IKHP).²¹

C. Pasar Kreatif

1. Pengertian Pasar Kreatif

Pasar kreatif adalah wadah interaksi ekonomi yang menonjolkan produk dan jasa berbasis kreativitas serta inovasi, yang berlandaskan pada ide dan pengetahuan sumber daya manusia. Pasar ini tidak hanya berfokus pada transaksi jual beli, tetapi juga pada pengembangan nilai seni, budaya, dan inovasi yang membedakan produk di pasar global. Sebagai salah satu

²¹ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Kinerja Pedagang Kreatif 2025: Dari Pasar Malam ke Global Market* (Jakarta: Kemenparekraf, 2025), 45–67.

pilar ekonomi kreatif, pasar kreatif bertujuan memajukan potensi ekonomi masyarakat melalui kreativitas dan inovasi.²²

2. Ciri-Ciri Pasar Kreatif

Pasar kreatif adalah wadah atau platform yang memfasilitasi transaksi produk dan jasa berbasis kreativitas, inovasi, serta nilai budaya, seperti seni, desain, kerajinan, teknologi kreatif, dan produk intelektual lainnya. Pasar ini berbeda dari pasar konvensional karena menekankan pada keunikan, estetika, dan nilai tambah berbasis kreativitas. Ciri-ciri pasar kreatif sebagai berikut:

a. Berbasis Kreativitas dan Inovasi

Pasar kreatif ditandai oleh produk atau jasa yang dihasilkan dari proses kreatif dan inovatif. Produk-produk ini sering kali memiliki nilai estetika tinggi, seperti kerajinan tangan, karya seni, atau konten digital (misalnya film, musik, atau desain grafis). Pasar ini tidak hanya menjual barang, tetapi juga pengalaman atau cerita di balik produk tersebut, yang meningkatkan nilai jualnya.²³

b. Segmentasi Pasar yang Spesifik

Pasar kreatif menargetkan konsumen yang menghargai keunikan dan kualitas estetika, bukan hanya fungsi utilitarian. Konsumennya sering kali mencakup kalangan yang memiliki preferensi terhadap produk lokal, ramah lingkungan, atau berbasis budaya. pasar kreatif

²² R. Azwina, A. Atika, dan B. Dharma, “Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2023): 50.

²³ John Howkins, “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (London: Penguin Books, 2001), 88–97.

memiliki segmentasi yang jelas, seperti komunitas seni, kolektor, atau wisatawan budaya, yang mencari produk dengan identitas lokal yang kuat.²⁴

c. Fleksibilitas dan Adaptasi Teknologi

Pasar kreatif memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi, seperti platform digital atau e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar. Contohnya adalah pasar kreatif online seperti Etsy atau platform lokal seperti Lokaswara, yang memungkinkan pelaku kreatif menjual produk mereka secara global. Menurut studi dalam *Ekonomi Kreatif Berbasis Media Digital*, pasar kreatif memanfaatkan teknologi untuk menciptakan model bisnis baru, seperti crowdfunding atau pemasaran melalui media sosial.²⁵

d. Berbasis Komunitas dan Kolaborasi

Pasar kreatif sering kali melibatkan komunitas kreatif, seperti pengrajin, seniman, atau pelaku teknologi kreatif, yang berkolaborasi untuk menghasilkan produk atau acara, seperti festival seni atau pameran. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem di mana pelaku kreatif saling mendukung, baik dalam produksi maupun pemasaran.²⁶

²⁴ Mari Elka Pangestu, “*Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2020*” (Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2019), 45–50.

²⁵ Togar M. Simatupang, Rina D. Pasaribu, dan Indryati Sunaryo, “*Ekonomi Kreatif Berbasis Media Digital*” (Jakarta: Penerbit ITB, 2020), 67–75.

²⁶ Richard E. Caves, *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2021), 123–130.

e. Fokus pada Nilai Budaya dan Identitas Lokal

Pasar kreatif sering kali menonjolkan nilai budaya, tradisi, atau identitas lokal sebagai daya tarik utama. Produk seperti batik, tenun, atau kuliner tradisional menjadi unggulan karena membawa cerita budaya yang autentik. Pasar kreatif di Indonesia berfokus pada penguatan identitas budaya untuk meningkatkan daya saing global, sekaligus mendukung pendapatan masyarakat lokal.²⁷

3. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kreatif

Pemberdayaan masyarakat melalui pasar kreatif bertujuan meningkatkan kapasitas ekonomi dan sosial dengan memanfaatkan kreativitas serta potensi lokal. Pasar kreatif memungkinkan masyarakat mengembangkan usaha mikro dan kecil berbasis produk inovatif dan bernilai seni yang memiliki daya tarik luas.

Selain itu, pasar kreatif sebagai sarana pemberdayaan mendukung peningkatan keterampilan, inovasi, dan motivasi masyarakat untuk terus berkompetisi di pasar yang dinamis. Hal ini sejalan dengan tujuan ekonomi kreatif untuk mempercepat peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui pendekatan ekonomi yang inklusif berbasis kreativitas.²⁸

²⁷ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Strategis*” (Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014), 32–38.

²⁸ Ari Riswanto, Tetty Sufianty Zafar, “*Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*” (Jakarta: PT Sonpedia Publishing, 2023), hlm. 38.

4. Dampak Pasar Kreatif terhadap Pendapatan Penduduk

Keberadaan pasar kreatif berdampak signifikan pada peningkatan pendapatan masyarakat, khususnya pelaku UMKM di sektor kreatif, yang mendapatkan peluang lebih besar untuk memasarkan produk mereka. Pendapatan dari hasil kreativitas ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan keluarga, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.

Produk inovatif yang diminati di pasar kreatif dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing pelaku usaha di pasar yang lebih luas. Selain menciptakan lapangan kerja dan memperluas akses pasar, pasar kreatif juga membantu mengurangi ketimpangan ekonomi dengan memberdayakan kelompok masyarakat yang sebelumnya kurang terjangkau oleh peluang ekonomi.²⁹

Keberadaan pasar kreatif berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan berikut ini dampak positif dan dampak negative pasar kreatif menurut data kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif³⁰ :

Dampak Positif Pasar Kreatif di Indonesia

- a. Kontribusi terhadap Pertumbuhan PDB seperti Pasar Seni Ubud (Bali), Pasar Kreatif Jakarta (Brightspot Market), Pekan Raya Indonesia Kreatif (Inacraft). Ketiganya mendongkrak subsektor kriya, fashion, dan kuliner yang menyumbang 7,49% PDB nasional tahun 2023.

²⁹ Ari Riswanto, Tetty Sufianty Zafar, “*Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*” (Jakarta: PT Sonpedia Publishing, 2023), hlm. 45.

³⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. (2024). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah 2023*. Jakarta: Kemenparekraf.

- b. Penciptaan Lapangan Kerja seperti Pasar Seni Sukawati & Guwang (Bali): menyerap ribuan perajin dan pedagang local, Pasar Kreatif Bandung (Berkala, KICKFest): melibatkan >5.000 UMKM dan pekerja muda setiap event, Pasar Malam Jakarta (Jakatronik, PRJ): menciptakan lapangan kerja musiman bagi 20.000+ orang, Pasar Kreatif Yogyakarta (Pasar Kembang, Geblek Renteng): menyerap seniman jalanan dan pelaku seni pertunjukan.
- c. Peningkatan Ekspor dan Perdagangan Internasional seperti Pasar Batik Kauman & Laweyan (Solo): batik ekspor ke Eropa & AS, Pasar Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur (di event Inacraft & pameran internasional): tenun ikat diekspor ke Jepang & Australia, Pasar Animasi & Game (Jakarta Game Expo, BEKRAF Game Prime): beberapa studio indie berhasil ekspor game ke Steam global.
- d. Pendorong Inovasi dan Efek Rantai Pasok seperti Pasar Kreatif Jember Fashion Carnaval: kostum karnaval mendorong industri tekstil lokal & pariwisata, Pasar Seni Ancol & Taman Impian Jaya Ancol: desain seni instalasi memengaruhi branding event nasional, Pasar Kreatif Makassar (Losari Creative Night): kuliner kreatif mendorong inovasi kemasan dan distribusi UMKM.
- e. Peningkatan Inklusi Sosial dan Kesehatan Masyarakat seperti Pasar Seni Gabusan (Bantul, Yogyakarta): melibatkan penyandang disabilitas sebagai perajin seperti Pasar Kreatif Kampung Cyber (Yogyakarta): anak putus sekolah dilatih coding & desain grafis, Pasar

Seni Sonobudoyo Night Market: seni tari tradisional digunakan sebagai terapi untuk lansia.

- f. Pengembangan Pariwisata dan Infrastruktur Budaya seperti Pasar Seni Ubud & Pasar Tradisional Sukawati: menjadi daya tarik utama 6–7 juta wisatawan ke Bali tiap tahun, Pasar Malam Alun-Alun Kidul Yogyakarta: ikon wisata malam yang mendongkrak kunjungan domestic, Pasar Kreatif Sanur Village Festival: menggabungkan seni, kuliner, dan olahraga pantai.

Tetapi tidak menutup kemungkinan adanya dampak negative dari pasar kreatif , berikut ini dampak negative dari pasar kreatif;

Dampak Negatif Pasar Kreatif di Indonesia

- 1) Kurangnya Diversitas di Tenaga Kerja dan Audiens seperti Pasar Seni Ubud & Pasar Kreatif Jakarta (Brightspot): mayoritas pedagang & pengunjung dari kelas menengah atas kota besar, sangat minim partisipasi dari Papua, Maluku, atau NTT.
- 2) Kekurangan Keterampilan dan Sumber Daya seperti Pasar Kriya Kauman Solo: banyak perajin batik tulis masih manual, kurang pelatihan digital printing seperti Pasar Seni Sukawati Bali: pedagang kesulitan menggunakan platform e-commerce karena minim pelatihan digital.
- 3) Akses Pendanaan yang Tidak Merata seperti Pasar Kreatif di luar Jawa (contoh: Pasar Seni Ternate, Pasar Kreatif Sorong): sulit mengakses KUR Kreatif atau dana Bekraf seperti Pasar Kreatif Bandung &

Jakarta: pelaku kecil kalah bersaing dengan brand besar yang dapat sponsor korporat.

- 4) Pasar Jenuh dan Persaingan Global yang Ketat^[L]_[SEP] → Pasar Batik di Pekalongan & Solo: banjir batik cap murah dari China menekan harga batik tulis asli seperti Pasar Kreatif Online (Instagram, Shopee): ribuan seller produk serupa membuat sulit muncul di algoritma.
- 5) Tantangan Regulasi Kekayaan Intelektual (IP) seperti Pasar Tenun Ikat Troso Jepara & NTT: motif tenun banyak ditiru dan dijual murah tanpa royalty seperti Pasar Batik Lasem & Cirebon: motif batik pesisir dipatenkan oleh pihak luar tanpa kredit ke perajin lokal.
- 6) Dampak Lingkungan Negatif seperti Pasar Seni Ubud & Pasar Sukawati: limbah pewarna batik & cat lukisan mencemari Sungai Ayung dan saluran irigasi seperti Pasar Malam Jakarta (PRJ, JIFFINA): sampah plastik sekali pakai meningkat drastis selama event seperti Pasar Kreatif Pantai Sanur & Kuta: kerusakan terumbu karang akibat limbah kerajinan dan overtourism.³¹

³¹ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Data Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia 2023*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan Penelitian Lapangan (Field research). Penelitian lapangan dilakukan untuk kancan kehidupan yang sebenarnya.¹ Penelitian lapangan yaitu penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungannya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan meneliti objek secara langsung untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu di Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Melihat dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif itu sendiri adalah penelitian yang berusaha mengungkap fenomena secara holistik dengan cara mendeskripsikannya melalui bahasa non numerik dalam konteks dan paradigma alamiah. Dapat dikatakan juga bahwa

¹ Akbar Iskandar Dkk., "*Dasar Metode Penelitian*" (Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia, 2023), hlm. 63.

penelitian kualitatif merupakan penelitian alamiah.²

Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat.³

Berdasarkan pengertian di atas bahwa penelitian deskriptif dilakukan untuk menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis dan akurat dari suatu keadaan sosial, gejala sosial, hubungan antara gejala yang satu dengan gejala lainnya dalam masyarakat. Dengan menggunakan metode deskriptif diharapkan dapat memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi).

B. Sumber Data

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber data primer adalah peneliti mendapatkan data dari sumber aslinya berdasarkan interaksi secara langsung antara peneliti dengan orang-orang yang mempunyai kompetensi data dalam proses penelitian baik secara lisan atau tulisan.⁴

Data primer dapat diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian

² Masyuri, dan Zainudin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif* (Bandung: PT Refika Aditama, 2021), hlm. 28.

³ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2022), hlm. 28.

⁴ Dr Ahmad Albar Tanjung M.Si Dan Mulyani Ma (Acc) Se, M. Si, *Metodologi Penelitian: Sederhana, Ringkas, Padat Dan Mudah Dipahami* (Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm. 25.

sesudah melakukan observasi yaitu melalui cara *purposive sampling* yang bisa diartikan pemilihan informan secara gejala atau kriteria tertentu.

Berikut kriteria informan dalam penelitian ini;

a. Keterlibatan dalam Kegiatan di Pasar Yosomulyo Pelangi

Yaitu Informan adalah pelaku usaha, pedagang, atau anggota komunitas yang aktif berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi di Pasar Yosomulyo Pelangi.

b. Berdomisili atau Beraktivitas di Wilayah Payungi

Informan tinggal atau memiliki usaha di wilayah Payungi, sehingga memiliki pemahaman tentang konteks sosial, budaya, dan ekonomi setempat. Seperti Warga lokal Payungi yang terlibat dalam program pemberdayaan masyarakat.

c. Peran dalam Pengelolaan atau Kebijakan Pasar

Informan dapat mencakup pihak yang memiliki peran dalam pengelolaan pasar atau pembuatan kebijakan terkait pemberdayaan masyarakat di Payungi.

d. Usia dan Jenis Kelamin

Informan dapat mencakup rentang usia produktif (18-55 tahun) untuk menangkap dinamika pemberdayaan di berbagai kelompok usia.

e. Kesiediaan Berpartisipasi

Informan bersedia memberikan informasi secara sukarela, memahami tujuan penelitian, dan menyetujui informed consent untuk menjaga etika penelitian.

Berdasarkan kriteria di atas, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 16 (Enam belas) orang terdiri dari 14 pedagang, 2 pengurus.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sifatnya menunjang kelengkapan dan sebagai penelas dari data primer.⁵ Data Sekunder dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, di mana data tersebut terdiri dari buku Pemberdayaan Masyarakat karya Dedeh Maryani dan Ruth Roselin, buku Strategi Berkelanjutan karya Raflin Hineo, buku Inovasi dan Pemberdayaan karya Andi Yusniar Mendo, jurnal dan karya ilmiah serta lainnya yang memiliki kaitan erat dengan objek penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti yaitu Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam meningkatkan pendapatan (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi).

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian empiris. Pengumpulan data diperoleh dari observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder.⁶ Data yang didapat dari hasil penelitian secara deskriptif. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis data deskriptif dan kualitatif, secara sistematis dan

⁵ Elia Ardyan Dkk., *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 57.

⁶ Albi Anggito Setiawan Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cv Jejak (Jejak Publisher), 2018), hlm. 48.

berlanjut yang terdiri atas langkah-langkah penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan untuk menjawab permasalahan penelitian.

1. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh wawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber, biasanya untuk mencari data tentang suatu variable. wawancara terbagi menjadi tiga jenis yaitu wawancara instruktur atau terpimpin, wawancara tidak terstruktur atau bebas, dan wawancara semi terstruktur atau bebas terpimpin, wawancara terstruktur atau terpimpin artinya pewawancara telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sekaligus alternatif jawaban telah tersedia sedangkan wawancara tidak terstruktur artinya pewawancara bebas untuk menanyakan apa saja kepada narasumber, tetapi tetap mengingat data apa yang akan dikumpulkan.⁷Wawancara semi terstruktur atau bebas terpimpin artinya kombinasi antara Wawancara terstruktur atau terpimpin dengan wawancara tidak terstruktur atau bebas. Dari 3 macam metode wawancara tersebut maka peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang ditunjukkan kepada yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 16 (Enam Belas) orang terdiri dari 14 pedagang, 2 pengurus,

⁷ M. Afdhal Chatra P Dkk., *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 66.

Tabel 3.1.

No	Nama	Jenis dagangan
1	Dharma setiawan	Founder Payungi
2	Tri Utami	Penggerak Payungi
3	Edi Susilo	Telur Congkel
4	Septiana	Mie Pecel
5	Muhammad Assabil Efendi	Makanan minuman
6	Okti Ruminasari	Parfum
7	Eka Wahyuningsih	Bakso
8	Wahyudi	Jajanan Pasar
9	Sabichis	Gorengan
10	Axcelle	Barista
11	Andi Purwanto	Croundough
12	Alan Utama	Sendal Ukir
13	Yuliasih	Entok Mercon
14	Aan Syaputra	Roolwich
15	Joni Suwito	Sempol bakar
16	Laila Ulfa	Mie Jebew dan Chess Roll

Metode wawancara ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data terkait penelitian yang akan peneliti lakukan.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁸ Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati langsung objek penelitian di lapangan dan pelaksanaan mengenai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi).

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip buku surat kabar notulen rapat dan

⁸ Muh Fitrah & Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Cv Jejak (Jejak Publisher), 2018), hlm. 38.

sebagainya.⁹ Metode dokumentasi ini digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti berupa struktur payungi, data pedagang, catatan omset, daftar kegiatan pemberdayaan guna untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian tentang Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi).

D. Teknik Uji Keabsahan Data

Teknik pengecekan keabsahan data merupakan hal yang sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Dalam hal ini untuk mencapai apa yang diharapkan oleh penulis, maka digunakan teknik-teknik pemeriksaan data yang memuat tentang usaha-usaha penulis untuk memperoleh keabsahan data.

Teknik yang digunakan dalam pengecekan dan keabsahan data yaitu triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian dapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber yaitu berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Maka penulis akan melakukan pengambilan data dari sumber yang berbeda dengan pertanyaan yang sama, yang awalnya penulis peroleh dari hasil wawancara terhadap para pedagang dan pengunjung pasar payungi.

⁹ Dr Drs I. Wayan Suwendra M.Pd S. Pd, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan* (Nilacakra, 2018), hlm. 79.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik berarti prolehan data dengan teknik pengumpulan data secara acak dengan sumber yang serupa. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara, sehingga akan memberikan data yang lebih valid dan lebih kredibel.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan teknik pengecekan yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan menggunakan waktu tertentu melalui wawancara, observasi atau teknik lain pada waktu atau situasi berbeda.

Dari penjelasan diatas bahwasannya penjamin keabsahan data pada penelitian kualitatif menggunakan tiga triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Sehingga pada penelitian ini menggunakan teknik penjaminan keabsahan data dengan triangulasi sumber.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interprestasikan.¹⁰ Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi di Pasar Payungi. Untuk menganalisa data yang didapat dari observasi ini peneliti menggunakan teknik deskriptif analisis yaitu memberikan rancangan masalah yang akan

¹⁰ Rifka Agustianti Dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Tohar Media, 2022), hlm. 37.

diteliti dengan menguraikan fakta-fakta yang ada sehingga dapat ditarik suatu masalah yang dapat dipahami dengan jelas.

Pola pikir yang digunakan dalam menganalisis data yaitu pola pikir deduktif yang berarti data yang diperoleh dengan metode yang digunakan dalam berfikir bertolak dari hal-hal umum ke khusus sehingga dapat dikemukakan jawaban dari masalah yang diteliti. Untuk lebih jelasnya uraian dalam proses analisis data kualitatif ini, maka perlu ditekankan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data-data yang ditemukan di lapangan langsung diketik atau ditulis dengan rapi, terperinci serta sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. Adapun tahapan-tahapan dalam reduksi data meliputi: membuat ringkasan, mengkode, menelusuri, tema dan menyusun laporan secara lengkap dan terinci.

2. Penyajian Data (Data Display)

Penelitian ini melakukan interpretasi dan penetapan makna dari data yang tersaji. Kegiatan ini dilakukan dengan cara komparasi dan pengelompokan. Data yang tersaji kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan. Kesimpulan sementara tersebut senantiasa akan terus

berkembang sejalan dengan pengumpulan data baru dan pemahaman baru dari sumber data lainnya, sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan yang benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3. Penarikan Simpulan

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yakni penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.¹¹ Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna, yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Metode yang digunakan dalam menganalisa data ini yaitu metode berpikir induktif. Berpikir induktif adalah metode yang digunakan dalam berpikir dengan melihat dari hal-hal khusus ke umum. Induktif adalah suatu proses berpikir yang berdasarkan dari satu atau sejumlah fenomena individual untuk menurunkan suatu kesimpulan.¹²

¹¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, cet. ke-10 (Bandung: Alfabeta, 2014), hal,1

¹² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hal. 3.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Kelurahan Yosomulyo merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kota Metro, Kecamatan Metro Pusat merupakan pemekaran dari Kecamatan Metro Raya Berdasarkan Perda Kota Metro No. 25 Tahun 2000 tentang pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro menjadi 22 kelurahan. Luas wilayah Metro Pusat adalah 11, 71 Km², dengan wilayah masing-masing kelurahan adalah sebagai berikut 14: 1. Metro 2,28 Km² 2. Imopuro 1,19 Km² 3. Hadimulyo Barat 1,50 Km² 4. Yosomulyo 3,37 Km² Kelurahan Yosomulyo dan Hadimulyo Timur termasuk dalam wilayah yang lebar di Metro Pusat dengan luas wilayah 3,37 Km². Pada tahun 2017 Yosomulyo tercatat mempunyai jumlah penduduk sebanyak 8.156 dengan jumlah 4.094 laki-laki dan 4.062 perempuan yang terbagi menjadi 14 RW dan 45 RT. Dalam penelitian yang digunakan sebagai sample adalah masyarakat Yosomulyo Jl. Kedondong RW 07 RT 12 Metro Pusat KotaMetro.

1. Sejarah Singkat Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota metro

Sejarah Pasar Yosomulyo Pelangi berawal dari ide kreatif yang dimunculkan oleh bapak Dharma Setyawa M.A yang merupakan penggerak Ayo ke Dam Raman, awal mulanya payungi terinspirasi dari wisata yang berada di Jawa Barat yaitu wisata Papringan, wisata kuliner yang tepatnya dibawah pohon bamboo yang diminati oleh wisatawan.

Lebih tepatnya Pasar Yoomulyo Pelangi di gelar di pemukinam warga setempat. Awal pemberdayaan payungi yaitu menggerakkan masyarakat dan pemuda karang taruna RW 07 dengan kreatifitas dari pembentukan kampung pelangi sebelum diadakan pasar tradisional. Yaitu dengan mengecat rumah-rumah warga untuk dijadikan sebagai spot foto yang kemudian disusul dengan ide kreatif seperti festival permainan tradisional yaitu memunculkan kembali permainan-permainan tradisional yang telah lama hilang, tujuannya adalah menjauhkan anak-anak dari ketergantungan terhadap gadget. Festival permainan pertama dimunculkan kembali pada 17 Agustus 2018 bertepatan dengan hari Kemerekaan yang disusul dengan pembentukan dan lounching Pasar Yosomulyo Pelangi Kota Metro atau sering dikenal dengan Payungi pada tanggal 28 Oktober 2018 diresmikan oleh Wali Kota Metro bapak Ahmad Pairin S.Sos.

Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) merupakan pasar tradisional seperti pasar pada umumnya yaitu ada pedagang da nada pembeli tetapi salah satu yang membedakan antara Payungi dengan pasar pada umumnya adalah Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) memberikan kesan bersih rapi tidak seperti pasar yang sering dikenal dengan kekumuhannya. Yang lebih menarik lagi adalah pasar payungi ini dibangun dengan kerjasama antar warga yaitu gotong royong yang dilakukan sebelum dan sesudah pegelaran.

Awal pembangunan Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) tentu dipandang pesimis oleh beberapa warga namun tidak menurunkan semangat para pengelola seperti bapak Dharma Setyawan dan rekan partner kerja bapak Ahmad Tsauban dan masyarakat lainnya untuk terus mengembangkan dan memberdayakan karya-karya tradisional dan meyakinkan kepada warga bahwa kita mampu meningkatkan ekonomi dengan kerja keras kita sendiri.

Untuk menjadikan pasar tradisional perlu adanya pedagang sebagai tokoh utama pemasaran dan pengenalan makanan khas atau makanan daerah. Awal mula untuk menarik masyarakat bergabung adalah meminjamkan uang khas mushola yang berjumlah 15 juta kepada para pedagang yang siap berkontribusi dengan Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro. Warga yang siap berdagang boleh meminjamkan uang sebesar Rp. 200.000-300.000 sebagai modal awal. Gelaran pertama Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro telah memiliki 40 pedagang dengan berbagai aneka makanan. Meskipun hanya dengan 40 pedang Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro mampu meraih pendapatan sebesar Rp. 16.036.000 dari omset semua pedagang.

Ciri khas Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro ini adalah solidaritas atau masyarakat yang mendahulukan kepentingan umum dibanding kepentingan pribadi, yaitu mengedepankan gotong royong untuk kemajuan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro sejak awal dibangun dengan bergotong

royong. Karena tidak akan berkembang jika pasar berdiri hanya mengandalkan modal uang.

Dengan berkembangnya zaman modern ini payungi merupakan salah satu wisata tradisional yang berada dipusat kota berkonsep digital dan tradisional. Mengapa demikian, karena untuk menggugulkan makanan khas daerah saja tidak cukup, maka perlu adanya pendukung yang bisa mengembangkan Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro agar dapat dikenal masyarakat luas dengan bantuan digital seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan lain sebagainya. Daya tarik wisata yang disajikan sesuai dengan namanya Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) merupakan pasar yang berada di kelurahan Yosomulyo dengan keunikan berharap payungi yang berwarna-warni dapat memayungi masyarakat dari terik panas dan hujan, serta menciptakan lapangan pekerjaan juga meningkatkan perekonomian masyarakat yang salah satunya ibu rumah tangga.

Payungi juga bergerak dibidang digital sesuai dengan perkembangan zaman namun tidak meninggalkan kualitas tradisionalnya seperti memberikan kejutan tema disetiap pegelarannya. Selalu memberikan kesan tersendiri untuk para pengunjungnya. Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro hanya dapat dikunjungi pada setiap hari minggu saja dan seperti pasar pada umumnya dimulai pukul 06.00-11.00 WIB . Fasilitas yang disajikan di Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro seperti jajanan tradisional, permainan tradisional, pojok boekoe

cangkir, flying fox, spot selfie, lempar pisau, kampung kelinci seta lebah trigona.

2. Data dan Pendapatan Pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi)

Kota Metro

Jumlah total pedagang yang berdagang di pasar kreatif yosomulyo Pelangi (Payungi) berjumlah 79 pedagang

Tabel 4.1

No	Nama	Jenis Dagangan	Pendapatan Kotor Pergelaran	Pendapatan Bersih Pergelaran
1	Aldi	Jajanan Pasar	Rp.700.000-1.000.000	Rp.400.000
2	Abil	Es, Jajanan Pasar	Rp.3.500.000-3.750.000	Rp.1.300.000
3	Alan	Sendal Ukir	Rp.200.000-350.000	Rp.150.000
4	Andi	Snack Croudough	Rp.1.500.000-1.650.000	Rp.800.000
5	Aan	Roolwich	Rp.350.000-450.000	Rp.180.000
6	Ana Sela	Mie Pecel	Rp.1.000.000-1.200.000	Rp.600.000
7	Apriliana susan	Jajanan Pasar, es	Rp.1200.000-1.400.000	Rp.550.000
8	Ari suswati	Gudeg	Rp.5.500.000-7.100.000	Rp.3.000.000
9	Asih	Olahan Cumi	Rp.1.100.000-1.250. 000	Rp.600.000
10	Astuti	Olahan Bandeng	Rp.1200.000-1.500.000	Rp.650.000
11	Baiq ida	Pernik Mutiara	Rp.300.000-500.000	Rp.150.000
12	Barista Rungu	Kopi Barista	Rp.300.000-450.000	Rp.200.000
13	Cintya	Olahan Kentang	Rp.1.900.000-2.200.000	Rp.800.000
14	Deri	Basreng	Rp.600.000-850.000	Rp.350.000
15	Diana	Ikan Bakar	Rp.4.800.000-5.300.000	Rp.2.000.000
16	Edi Susilo	Telor Congkel	Rp.1.600.000-1.850.000	Rp.800.000

No	Nama	Jenis Dagangan	Pendapatan Kotor Pergelaran	Pendapatan Bersih Pergelaran
17	Eka	Bakso	Rp.3.000.000-3.200.000	Rp.1.500.000
18	Eko Stempel	Stempel	Rp.50.000-300.000	Rp.80.000
19	Emilia	Jajanan Pasar	Rp.600.000-800.000	Rp.300.000
20	Farhan	Jus Buah	Rp.650.000-800.000	Rp.300.000
21	Flying Fox	Flying Fox	Rp.500.000-750.000	Rp.500.000
22	Harjo suwito	Kopi	Rp.500.000-800.000	Rp.350.000
23	Iin	Mie Pecel	Rp.950.000-1.100.000	Rp.400.000
24	Imas	Sempol	Rp.3.000.000-3.600.000	Rp.1.200.000
25	Indah septiani	Minuman Dingin	Rp.1.000.000-1.300.000	Rp.600.000
26	Iqbal Baihaqi	Jajanan pasar	Rp.1.000.000-1.350.000	Rp.550.000
27	Ita	Somay	Rp.1.400.000-1.600.000	Rp.600.000
28	Jaka	Cendol Dawet	Rp.1.000.000-1.300.000	Rp.500.000
29	Mas Boy	Nasi Goreng	Rp.2.900.000-3.200.000	Rp.1.500.000
30	Jerry Martin	Kelinci	Rp.600.000-850.000	Rp.450.000
31	Jumiatin	Nasi Sayur	Rp.1.600.000-1.850.000	Rp.750.000
32	M.Ridho	Pemancingan	Rp.1.300.000-1.500.000	Rp.650.000
33	Mardiana	Balon	Rp.200.000-350.000	Rp.120.000
34	Mari	Nasi Liwet	Rp.3.400.000-3.700.000	Rp.1.800.000
35	Meda	Es Duren	Rp.1.600.000-2.000.000	Rp.650.000
36	Najib	Bakso seafood	Rp.2.800.000-3.000.000	Rp.1.400.000
37	Nandes	Sate	Rp.600.000-850.000	Rp.400.000
38	Nanik	Jenang	Rp.2.000.000-2.600.000	Rp.1.000.000
39	Nurjannah	Batagor, pempek	Rp.3.200.000-3.500.000	Rp.1.800.000
40	Okti	Parfum	Rp.350.000-500.000	Rp.200.000
41	Peni	Jajanan Pasar	Rp.500.000-650.000	Rp.250.000
42	Rahman	Ikan Cupang/Ayam	Rp.350.000-500.000	Rp.180.000
43	Reza	Mendoan	Rp.1.900.000-2.300.000	Rp.900.000

No	Nama	Jenis Dagangan	Pendapatan Kotor Pergelaran	Pendapatan Bersih Pergelaran
44	Riki Riko	Minuman	Rp.1.500.000-1.800.000	Rp.1.000.000
45	Rezky	Sepatu	Rp.150.000-450.000	Rp.80.000
46	Rosmiyati	Nasi goreng , Tiwul goreng	Rp.2.800.000-3.000.000	Rp.1.500.000
47	Rusmiyati	Nasi sayur	Rp.1.300.000-1.500.000	Rp.600.000
48	Sabichis	Gorengan	Rp.1.250.000-1.400.000	Rp.500.000
49	Sapta	Kain Rajut	Rp.350.000-600.000	Rp.150.000
50	Selamet	Nasi sayur	Rp.2.900.000-3.300.000	Rp.1.500.000
51	Siti Aminah	Sempol	Rp.1.800.000-2.000.000	Rp.900.000
52	Sri Asih	Lontong Sayur	Rp.1.300.000-1.500.000	Rp.700.000
53	Subur	Balon	Rp.200.000-450.000	Rp.90.000
54	Suki	Jajanan Pasar	Rp.900.000-1.200.000	Rp.300.000
55	Sulamiatun	Urap	Rp.1500.000-1.600.000	Rp.700.000
56	Sulastri	Es Cincou	Rp.1.300.000-1.500.000	Rp.650.000
57	Sumariyem	Mie Ceker	Rp.600.000-800.000	Rp.300.000
58	Sundari	Gudeg	Rp.5.800.000-6.200.000	Rp.3.000.000
59	Suratni	Jamu	Rp.600.000-750.000	Rp.300.000
60	Sutinem	Makanan Ringan	Rp.900.000-1.100.000	Rp.450.000
61	Suwarti	Aneka minuman	Rp.1.000.000-1.250.000	Rp.450.000
62	Sugino	Kopi Mbah Gino	Rp.350.000-450.000	Rp.150.000
63	Tim Parkir		Rp.950.000-1.000.000	Rp.400.0 00
64	Tri Utami	Jajanan pasar	Rp.1.500.000-1.800.000	Rp.700.000
65	Tiyas	Martabak	Rp.1.400.000-1.650.000	Rp.850.000
66	Uci aciku	Mpek Mpek	Rp.2.200.00-2.500.000	Rp.900.000
67	Waffle Wes	Wafle Coklat	Rp.850.000-1.100.000	Rp.400.000
68	Wagiyem	Jajanan Pasar	Rp.1.200.000-1.500.000	Rp.600.000
69	Wahyudi	Telur gulung	Rp.1.750.000-2.000.000	Rp.800.000
70	Wigati	Es Cincou	Rp.1.100.000-1.500.000	Rp.500.000

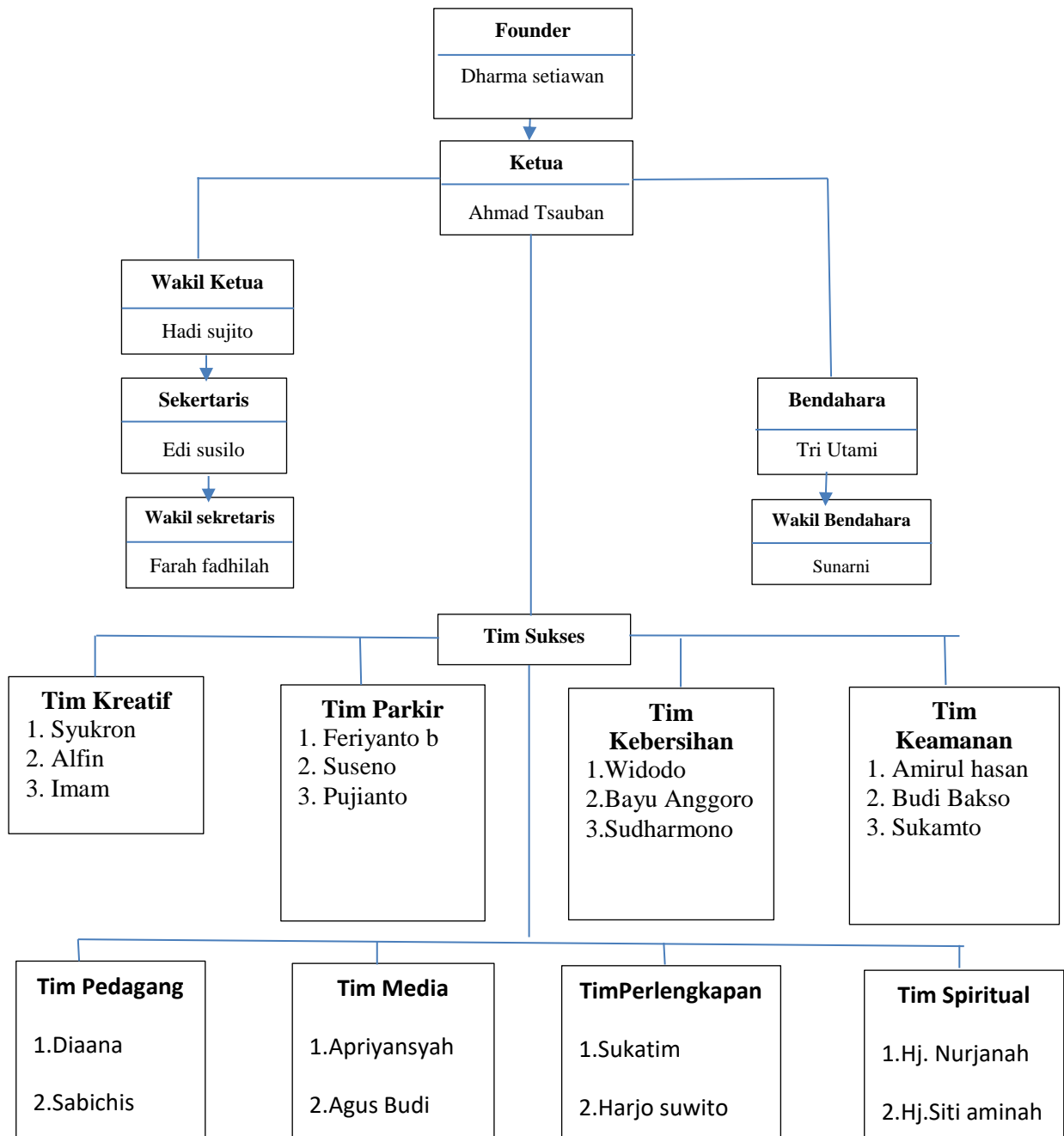
No	Nama	Jenis Dagangan	Pendapatan Kotor Pergelaran	Pendapatan Bersih Pergelaran
71	Sari	Yakult	Rp.450.000-550.000	Rp.125.000
72	Yovi	Nasi Padang	Rp.1.800.000-2.000.000	Rp.1.000.000
73	Yuli	Entok Mercon	Rp.3.000.000-3.500.000	Rp.1.000.000
74	Zahra	Buah Potong	Rp.700.000-900.000	Rp.350.000
75	Ana	Daster	Rp.500.000-800.000	Rp.180.000
76	Windi Yeye	Aneka cincin	Rp.400.000-500.000	Rp.150.000

Berdasarkan data pedagang di atas dapat di ketahui bahwasanya nama-nama pedagang beserta jenis dagangan, pendapatan kotor hingga pendapatan bersih pada setiap gelaran nya.

3. Struktur Organisasi Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro

Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) memiliki struktur organisasi yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut.

Gambar 4.2.



Struktur ini berperan untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang setiap unsur yang terlibat dalam pengelolaan Payungi. Dengan adanya struktur organisasi, aktivitas pasar dan kegiatan pemberdayaan dapat berjalan secara terarah, tertib, dan berkelanjutan. Struktur tersebut juga mencerminkan prinsip partisipatif, karena sebagian besar pengurus berasal dari masyarakat itu sendiri, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek pemberdayaan.

Lebih lanjut, setiap bagian dalam struktur memiliki fungsi strategis dalam mendukung keberlangsungan Payungi. Ketua atau koordinator berfungsi sebagai pengarah dan pengambil kebijakan, sekretaris berperan dalam administrasi dan pendokumentasian kegiatan, sementara bendahara mengelola keuangan secara transparan dan akuntabel. Bidang-bidang atau divisi yang ada, seperti kebersihan, keamanan, kuliner, dan kreatif, berfungsi sebagai pelaksana teknis yang memastikan kegiatan berjalan sesuai kesepakatan bersama.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi

Dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, terutama di tengah tantangan kemiskinan dan ketimpangan sosial-ekonomi, berdasarkan hasil wawancara dari founder payungi bapak dharma Setiawan lima strategi pemberdayaan masyarakat yang saling

melengkapi yang di terapkan di payungi yaitu pengetahuan, pergerakan, pengorbanan, kebudayaan, kelestarian.¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Founder dan Penggerak payungi, dapat diketahui bahwa strategi pemberdayaan masyarakat di payungi yaitu tentang bagaimana cara masyarakat yang mengikuti proses proses pemberdayaan sehingganya menjadi masyarakat yang berdikari berdiri di atas kaki sendiri.

a. Strategi Pemberdayaan di Payungi Pada tahun 2018-2022

Strategi pemberdayaan masyarakat yang di terapkan di payungi pada tahun pertama payungi di dirikan yaitu pada tahun Pada tahun 2018, Payungi memulai proses pemberdayaan masyarakat melalui tahap inisiasi dengan menumbuhkan kesadaran kolektif warga. Fokus utama diarahkan pada peningkatan partisipasi masyarakat, pemanfaatan potensi lokal, serta penguatan nilai gotong royong. Masyarakat dilibatkan sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi tanpa adanya tekanan modal besar, sehingga tercipta rasa memiliki dan kebersamaan dalam pengelolaan pasar berbasis komunitas.²

Memasuki tahun 2019, PAYUNGI berfokus pada penguatan kapasitas dan kelembagaan. Pelaku UMKM mendapatkan pelatihan terkait kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan konsumen, sementara struktur organisasi dibentuk untuk mengatur pembagian peran dan tanggung jawab. Tahap ini bertujuan menciptakan

¹Wawancara dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi, 28 November 2025.

²Wawancara, dengan ibuk Tri Utami selaku penggerak payungi, 28 November 2025.

keteraturan, meningkatkan profesionalitas pelaku usaha, serta memastikan keberlanjutan program pemberdayaan.³

Pada tahun 2020, di tengah pandemi Covid-19, strategi pemberdayaan diarahkan pada adaptasi dan ketahanan ekonomi masyarakat. Payungi mendorong inovasi pemasaran melalui media digital, pengembangan produk yang lebih tahan lama, serta penguatan solidaritas antarwarga. Langkah-langkah ini membantu pelaku UMKM tetap bertahan meskipun aktivitas pasar mengalami pembatasan.⁴

Selanjutnya pada periode 2021–2022, Payungi memasuki fase ekspansi dan konsolidasi. Jejaring kemitraan dengan berbagai pihak diperluas, Payungi diperkuat sebagai model pemberdayaan masyarakat dan ruang edukasi sosial, serta dilakukan penguatan kelembagaan internal. Pada tahap ini, Payungi tidak hanya berperan dalam meningkatkan ekonomi warga, tetapi juga menjadi contoh praktik baik pemberdayaan masyarakat yang dapat direplikasi di daerah lain.⁵

b. Strategi Pemberdayaan di Payungi pada tahun 2023-2025

Strategi pemberdayaan masyarakat yang di terapkan di payungi pada tahun 2023 juga bertepatan dengan ulang tahun ke 5 payungi yaitu Panca Daya, panca itu sendiri berarti lima dan Kata Daya bagi Payungi adalah harapan, cita-cita, keinginan, dan entah kapan dapat benar-benar meraihnya. Bagi Payungi kata Daya menjadi magis, karena di dalamnya mengandung banyak nilai filosofi.

³ Wawancara, dengan ibuk Tri Utami selaku penggerak payungi, 28 November 2025.

⁴ Wawancara, dengan ibuk Tri Utami selaku penggerak payungi, 28 November 2025.

⁵ Wawancara, dengan ibuk Tri Utami selaku penggerak payungi, 28 November 2025.

Isu tentang pendidikan pemberdayaan, pariwisata, ekonomi kreatif, digitalisasi, pentahelix, creative-hub, placemaking, jenama lokal, dan persoalan-persoalan yang muncul setelahnya membuat kami terus berpikir bahwa selalu ada yang baru meskipun yang lama juga belum tuntas untuk diselesaikan. Pemberdayaan adalah fase sekaligus proses yang tidak pernah berakhir. Kami merumuskan ada 5 daya atau kami sebut Panca Daya yaitu P3K2.

Daya sebagai cara berpikir, Daya sebagai cara bergerak, Daya sebagai Karakter, Daya sebagai modal kita untuk membantu sesama manusia. Panca daya itu sendiri terdiri dari pengetahuan, pergerakan, pengorbanan, kebudayaan, kesejahteraan.⁶

1. Pengetahuan, yaitu menjadikan pengetahuan sebagai dasar utama pemberdayaan agar masyarakat memiliki kesadaran, keterampilan, dan pemahaman yang terus berkembang. Contoh Pemberdayaannya yaitu edukasi kewirausahaan dan pengelolaan UMKM, berbagi praktik baik antar pedagang, Payungi sebagai ruang belajar terbuka bagi masyarakat dan mahasiswa. Mekanisme pemberdayaan strategi pengetahuan dikembangkan melalui diskusi rutin, pelatihan berbasis praktik, mentoring antaranggota, serta keterlibatan Payungi sebagai lokasi pembelajaran dan penelitian. Proses belajar bersifat partisipatif dan berkelanjutan.⁷

⁶ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi, 30 November 2025.

⁷ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi 30 November 2025.

2. Pergerakan, Mendorong keterlibatan aktif masyarakat sebagai bagian dari gerakan sosial, bukan sekadar aktivitas ekonomi. Contoh pemberdayaan keterlibatan warga sebagai pengelola, relawan, dan penggerak kegiatan Kerja gotong royong dalam persiapan dan pelaksanaan Payungi aksi sosial dan kegiatan komunitas berbasis kepedulian warga. Mekanisme pemberdayaan pergerakan dibangun melalui pembagian peran, koordinasi kolektif, dan komunikasi intensif antar anggota. Payungi berfungsi sebagai ruang konsolidasi sosial yang menggerakkan masyarakat secara sukarela.⁸
3. Pengorbanan, Menanamkan nilai pengorbanan sebagai fondasi keberlanjutan Payungi, di mana kepentingan bersama didahulukan daripada kepentingan pribadi. Contoh pemberdayaan pedagang bersedia berbagi ruang, waktu, dan tenaga, pengelola bekerja secara sukarela tanpa orientasi keuntungan pribadi, kesediaan menaati aturan bersama demi keberlangsungan Payungi. Mekanisme pemberdayaan nilai pengorbanan dibangun melalui keteladanan, kesepakatan moral, dan budaya saling menghargai. Payungi menumbuhkan kesadaran bahwa keberhasilan bersama lahir dari kontribusi kolektif.⁹
4. Kebudayaan, Memperkuat Payungi sebagai ruang pelestarian nilai budaya lokal dan etika sosial masyarakat. Contoh pemberdayaan

⁸ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi 30 November 2025.

⁹ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi 30 November 2025.

penyajian kuliner tradisional, Penggunaan bahasa, simbol, dan kearifan local. Kegiatan seni, edukasi budaya, dan tradisi masyarakat. Mekanisme pemberdayaan kebudayaan diintegrasikan dalam aktivitas pasar melalui aturan, tema kegiatan, dan identitas Payungi. Budaya dijadikan sarana edukasi sekaligus daya tarik sosial dan ekonomi.

5. Kesejahteraan, Menjadikan peningkatan kesejahteraan sebagai tujuan akhir pemberdayaan, tidak hanya secara ekonomi tetapi juga sosial dan psikologis. Contoh pemberdayaan peningkatan pendapatan UMKM warga, terbukanya lapangan usaha dan kerja berbasis komunitas, meningkatnya rasa aman, kebersamaan, dan kebanggaan warga. Mekanisme pemberdayaan kesejahteraan dicapai melalui sistem usaha kolektif, dukungan antaranggota, dan keberlanjutan kegiatan Payungi. Keberhasilan ekonomi dikaitkan dengan keberhasilan sosial masyarakat.

Panca Daya Payungi pada tahun 2023 mencerminkan pendekatan pemberdayaan yang holistik, di mana pengetahuan membangun kesadaran, pergerakan menggerakkan masyarakat, pengorbanan menjaga keberlanjutan, kebudayaan memperkuat identitas, dan kesejahteraan menjadi tujuan bersama. Pendekatan ini menegaskan Payungi sebagai gerakan sosial-ekonomi berbasis nilai dan komunitas.

Pada tahun 2024, Payungi memasuki fase pemantapan dan keberlanjutan (sustainability). Fokus pemberdayaan tidak lagi pada pembentukan atau pengenalan, melainkan pada penguatan sistem,

regenerasi, dan dampak jangka panjang bagi masyarakat. Strategi diarahkan agar Payungi tetap hidup sebagai gerakan sosial-ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan.¹⁰

a. Strategi Penguatan Pengetahuan Berkelanjutan

Contoh Pemberdayaan, Kelas berbagi pengalaman antar pedagang senior dan pedagang baru, Payungi sebagai laboratorium sosial untuk mahasiswa, pelajar, dan komunitas. Dokumentasi praktik baik Payungi sebagai bahan belajar. Mekanisme pemberdayaan pengetahuan dikembangkan melalui diskusi rutin, pembelajaran berbasis pengalaman (learning by doing), serta transfer pengetahuan secara horizontal antarwarga. payungi tidak bergantung pada pelatihan formal, tetapi pada proses belajar kolektif yang berkelanjutan.

b. Strategi Penguatan Pergerakan dan Regenerasi Komunitas

Contoh Pemberdayaan, pelibatan pemuda sebagai penggerak dan koordinator kegiatan, Rotasi peran pengelola dan relawan, Penguatan relawan Payungi sebagai motor kegiatan sosial. Mekanisme Pemberdayaan pergerakan dibangun melalui pembagian peran yang adil, sistem rotasi kepemimpinan, dan komunikasi terbuka. Regenerasi dilakukan agar Payungi tidak bergantung pada tokoh tertentu, melainkan pada kekuatan komunitas secara kolektif.

¹⁰ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi 30 November 2025

c. Strategi Penguatan Nilai Pengorbanan dan Solidaritas

Contoh Pemberdayaan Pedagang saling mendukung dalam kondisi sulit, Pengelola bekerja secara sukarela demi keberlangsungan Payungi, Kesiediaan menaati aturan bersama tanpa paksaan. Mekanisme Pemberdayaan Nilai pengorbanan dijaga melalui keteladanan pengelola, kesepakatan moral komunitas, dan budaya saling percaya. Payungi menanamkan kesadaran bahwa keberlanjutan gerakan lebih penting daripada keuntungan individu semata.

d. Strategi Penguatan Kebudayaan dan Identitas Lokal

Contoh Pemberdayaan Pelestarian kuliner tradisional dan kearifan local, Kegiatan seni, budaya, dan edukasi nilai sosial, Payungi sebagai ruang interaksi lintas generasi. Mekanisme Pemberdayaan Nilai budaya diintegrasikan dalam aktivitas pasar dan kegiatan komunitas. Kebudayaan tidak diposisikan sebagai tontonan semata, tetapi sebagai identitas dan sarana pendidikan sosial bagi masyarakat.

e. Strategi Peningkatan Kesejahteraan Berkelanjutan

Contoh Pemberdayaan UMKM lebih stabil dan mandiri secara ekonomi, Terbukanya peluang usaha baru berbasis komunitas, Meningkatnya kesejahteraan sosial dan rasa aman warga. Mekanisme Pemberdayaan Kesejahteraan dicapai melalui usaha kolektif, saling dukung antar anggota, dan keberlanjutan aktivitas ekonomi Payungi. Pendapatan ekonomi berjalan seiring dengan peningkatan kualitas hubungan sosial masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan founder Payungi, Strategi pemberdayaan Payungi pada tahun ke-6 (2024) menegaskan peran Payungi sebagai gerakan masyarakat yang matang dan berkelanjutan. Melalui penguatan pengetahuan, pergerakan, pengorbanan, kebudayaan, dan kesejahteraan, Payungi tidak hanya bertahan, tetapi terus memberi dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat secara jangka panjang.¹¹

Strategi Pemberdayaan Payungi Tahun ke-7 (2025) Pada tahun 2025, Payungi memasuki fase kematangan dan keberlanjutan jangka panjang. Fokus pemberdayaan diarahkan pada penguatan dampak, kemandirian komunitas, serta pelebagaan nilai agar Payungi tetap hidup sebagai gerakan sosial-ekonomi meskipun menghadapi perubahan zaman. Strategi tahun ketujuh menekankan konsistensi nilai, kualitas dampak, dan kesinambungan generasi.

a. Pengetahuan – Institusionalisasi Pengetahuan Komunitas

Strategi Mengubah pengalaman Payungi menjadi pengetahuan kolektif yang terstruktur dan dapat diwariskan. Contoh Pemberdayaan Penyusunan modul atau panduan praktik Payungi, Pedagang dan pengelola menjadi narasumber pelatihan, Payungi sebagai pusat pembelajaran pemberdayaan masyarakat. Mekanisme Pemberdayaan Pengetahuan dihimpun melalui dokumentasi pengalaman, diskusi reflektif, dan pembelajaran antaranggota. Proses ini memastikan

¹¹ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setyawan selaku Founder Payungi, 30 November 2025.

bahwa ilmu dan pengalaman Payungi tidak hilang, tetapi menjadi aset bersama yang berkelanjutan.

b. Pergerakan – Penguatan Kepemimpinan Kolektif

Strategi Mendorong pergerakan berbasis kepemimpinan kolektif agar Payungi tidak bergantung pada individu tertentu. Contoh Pemberdayaan, Sistem rotasi kepemimpinan dan pengelola, Pelibatan generasi muda sebagai penggerak utama,

Berdasarkan hasil wawancara dengan Penggerak payungi Proses pengambilan kebijakan di payungi yaitu secara Bersama sama, dari penggerak payungi dan pedagang, biasanya di lakukan setiap malam kamis Ketika adanya pesantren wirausaha, semua pedagang dan penggerak boleh mengusulkan pendapat mereka sehingganya payungi bisa berkembang dan maju bersama.¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Penggerak payungi peraturan tertulis di payungi yaitu para pedagang harus aktif pada kegiatan yang ada di payungi seperti gotong royong setiap hari sabtu pagi, sabtu sore, malam pesantren kewirausahaan, harus berseragam setiap kali gelaran, adanya infaq masjid, pembayaran rutin sapi, kas kelompok, kopi ikhlas. Peraturan tidak tertulisnya yaitu setiap pedagang di berikan sanksi Ketika tidak hadir dalam kegiatan kegiatan tersebut, harus membersihkan sampah Ketika selesai gelaran, adanya keterbukaan antara pedagang sesama pedagang juga pedagang dan

¹² Wawancara, dengan Ibuk Tri Utami Selaku Penggerak Payungi, 30 November 2025.

penggerak payungi, supaya tidak adanya salah faham yang menimbulkan masalah berkelanjutan di payungi.¹³

Sanksi atau hukuman tersebut juga di terapkan Ketika sudah adanya musyawarah atau pengambilan keputusan bersama antara para pedagang dan penggerak payungi, bukan hanya keputusan yang di ambil tanpa adanya kesepakatan ataupun mufakat bersama antara para pedagang dan penggerak payungi.¹⁴

2. Indikator Peningkatan Pendapatan di Payungi

Peningkatan pendapatan bukan hanya sekedar angka statistic, melainkan indicator paling nyata bahwa proses pemberdayaan masyarakat telah berjalan dengan baik dan berkelanjutan, Ketika warga mampu menghasilkan nilai ekonomi lebih tinggi dari sumber daya yang sama, meningkatkan tabungan, mengakses Pendidikan dan Kesehatan yang lebih baik serta memiliki keleluasaan memilih tanpa tergantung bantuan, maka disitulah terbukti bahwa program pemberdayaan tidak hanya menyentuh permukaan dengan pelatihan atau modal sementara, tetapi benar benar membangun kemandirian, kepercayaan diri, dan daya tahan komunitas terhadap guncangan ekonomi sehingga peningkatan pendapatan yang terus naik menjadi cermin hidup dari keberhasilan pemberdayaan yang tidak bergantung lagi kepada belas kasihan, melainkan kepada kekuatan kolektif masyarakat itu sendiri.

¹³ Wawancara, dengan Ibuk Tri Utami Selaku Penggerak Payungi, 30 November 2025.

¹⁴ Wawancara, dengan Ibuk Tri Utami Selaku Penggerak Payungi, 30 November 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Founder payungi, indicator peningkatan pendapatan di payungi yaitu: Omset setiap gelaran rata-rata pedagang, margin keuntungan bersih para pedagang, jumlah transaksi per gelaran, pendapatan dari penjualan digital, jumlah follower & enagement media sosial, peningkatan jumlah produksi per gelaran, tingkat repeat order para pembeli¹⁵.

Dari hasil wawancara dengan Founder Payungi inilah indicator peningkatan pendapatan pedagang di payungi:

- a. Omset Harian Rata-Rata Pedagang: Ini merupakan indikator utama, diukur dari pendapatan kotor harian penjualan produk kreatif seperti jajanan tradisional, makanan kekinian, dan kerajinan tangan. Rekap bulanan menunjukkan peningkatan omset pasca-pandemi, dengan rata-rata per pedagang naik berkat kunjungan 2.500–5.000 orang per Minggu, yang langsung dikonversi menjadi penjualan.
- b. Margin Keuntungan Bersih (Net Profit Margin): Relevan sebagai ukuran keuntungan setelah dikurangi biaya operasional seperti bahan baku, infaq, gaji karyawan, iuran pedagang. Strategi pemberdayaan di payungi menyoroti bagaimana efisiensi biaya melalui gotong royong meningkatkan margin, yang seharusnya jikalau pembangunan pembangunan di payungi menggunakan tukang harian bisa menjadikan pembengkakan biaya iuran oleh pedagang tetapi karena program pemberdayaan yang di terapkan di payungi seperti gotong royong

¹⁵ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder Payungi, 30 November 2025

sabtu pagi, sabtu sore, dan rabu pagi menjadikan biaya pengeluaran kas payungi semakin sedikit, ini menjadi dasar evaluasi keberhasilan pemberdayaan masyarakat.

- c. Jumlah Transaksi per Hari: Mengukur banyaknya pembelian offline (langsung di pasar) dan online (melalui promosi digital). Dengan pengunjung mingguan yang tinggi, transaksi harian mencapai ratusan.
- d. Pendapatan dari Penjualan Digital (E-Commerce): Omset dari platform seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan Instagram semakin penting pasca-pandemi, di mana 65% UMKM Payungi bertahan melalui pemasaran digital. Studi kasus menunjukkan integrasi media sosial sebagai sarana pemasaran syariah, yang meningkatkan pendapatan tambahan hingga 20% per pedagang.
- e. Jumlah Followers & Engagement Media Sosial: Indikator ini mencerminkan loyalitas dan jangkauan, dengan Payungi memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk promosi event seperti (like, share, komentar) mendorong repeat visit dan penjualan, sebagaimana dibahas dalam strategi komunikasi pengelola yang dievaluasi mingguan di malam kamis Ketika pesantren wirausaha.
- f. Peningkatan Kapasitas Produksi: Diukur dari jumlah produk yang diproduksi per hari, didukung pelatihan Pesantren Wirausaha yang meningkatkan keterampilan, sehingga pedagang bisa skalakan produksi makanan untuk memenuhi permintaan kunjungan wisatawan.

g. Tingkat Repeat Order (Pelanggan Tetap): Persentase pembeli yang kembali, didorong oleh kepuasan para pembeli, pengaruh daya tarik terhadap kepuasan pengunjung, mencapai 80% berdasarkan wawancara kepada ibu Sabichis, maka tingkat repeat order bisa menstabilkan pendapatan jangka panjang.

Wawancara dengan Mba Laila Ulfa, pedagang sosis bakar, cireng, dan lain-lain di Payungi mengatakan terdapat dampak yang positif dengan diadakannya Pemberdayaan Pasar kreatif Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro, salah satunya yang dirasakan adalah pada pendapatan dalam setiap minggunya dengan omset Rp. 1.500.000 yang sebelumnya berprofesi sebagai Konten creator/affiliate yang pendapat dalam setiap bulannya Rp.1.000.000 dalam setiap bulan. Perbandingan yang signifikan kini pendapat setiap minggu setara bahkan lebih dengan pendapatan setiap bulan.¹⁶

Wawancara dengan ibu Sabichis, pedagang makanan ringan dan gorengan di Payungi mengatakan penghasilan yang diperoleh bisa memberi peningkatan pendapatan, pendapatan pada pegelaran saat itu Rp. 600.000, pendapatan tersebut bisa saja berganti setiap waktu tergantung banyak barang yang dijual. Dengan profesi sebelumnya adalah ibu rumah tangga.

Wawancara dengan ibu Septiana, pedagang mie pecel di Payungi yang sebelumnya berprofesi ibu rumah tangga mengatakan omset

¹⁶ Wawancara, dengan Mba Laila ulfa Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

yang diperoleh saat pegeralan yaitu Rp. 1.900.000-2.000.000 ini termasuk pendapatan yang besar yang memang diketahui tempat berjualanya selalu ramai pengunjung. Pendapatan yang diperoleh saat ini pun melonjak signifikan dengan pendapatan sebelumnya Rp.1.400.000 setiap bulannya.¹⁷

Wawancara dengan Mba Okti Ruminasari, pedagang parfum dan accecoris di Payungi yang sebelumnya berprofesi sebagai ibu rumah tangga mengatakan omset sebesar Rp. 1.000.000 dalam sekali pegelaran dan sama jengan jumlah pendapatan satu bulan dari sebelumnya.¹⁸

Wawancara dengan Mba Eka wahyuningsih, pedagang bakso di Payungi yang sebelumnya berprofesi sebagai ibu rumah tangga mengatakan ada peningkatan pendapatan yang diperoleh sebesar Rp2.400.000 dengan modal setengahnya. pendapatan sebelum adanya Payungi tidak menentu disetiap bulannya.¹⁹

Wawancara dengan Ibuk Yuliasih, pedagang entok mercon di payungi yang sebelumnya berprofesi sebagai ibu rumah tangga mengungkapkan bahwasanya setelah berdagang di payungi kini ia bisa mendapatkan pendapatan yang mencukupi untuk keluarganya, bahkan tidak harus menunggu akhir bulan dari gaji yang di peroleh suaminya, dengan pendapatan setiap gelaran yang diperoleh Rp.3.000.000-3.500.000 dengan pendapatan bersih setengah dari modalnya, ia berkata sangat

¹⁷ Wawancara, dengan Ibuk Septiana Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

¹⁸ Wawancara, dengan Mba Okti ruminasari Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

¹⁹ Wawancara, dengan Mba Eka Wahyuningsih Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

bersyukur setelah mulai berdagang dan aktif pada program pemberdayaan yang ada di payungi.²⁰

Wawancara dengan Mas edi Susilo, pedagang Telor Congkel di Payungi yang berprofesi sebagai staf media branding di disporapar lampung tengah mengatakan lumayan menambah penghasilan dengan omset yang didapat dalam satu pergelaran sekitar Rp. 1.100.000 dan dia akan terus menekuni pemberdayaan yang dilakukan Payungi ini.²¹

Wawancara dengan Mas Assabil Efendi, pedagang Es dan makanan ringan lainnya di Payungi yang sebelumnya berprofesi sebagai Owner “Bapakkau” mengatakan bersyukur adanya pemberdayaan di Payungi selain lebih dekat dengan warga juga Menambah Pendapatan dengan pendapatan yang didapat saat pagelaran Rp.1.200.000 sangat membantu dalam meningkatkan peningkatan pendapatan.²²

Wawancara dengan Mas Wahyudi, jajanan pasar dan makanan ringan lainnya di Payungi sebelumnya berprofesi sebagai Mahasiswa mengatakan dengan diberdayakan masyarakat dapat saling mempererat silaturahmi dan tentunya meningkatkan pendapatannya, penghasilan yang didapat pada saat ini sebesar Rp. 700.000 pada saat ini penghasilan yang didapat sangat membantu perekonomian.²³

Wawancara dengan Bapak Joni suwito, pedagang sempol bakar dan goreng di Payungi profesi sebelumnya adalah polisi beliau

²⁰ Wawancara, Ibuk Yuliasih Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

²¹ Wawancara, dengan Mas Edi Susilo Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

²² Wawancara, dengan Mas assabil efendi Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

²³ Wawancara, dengan Mas Wahyudi Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

mengatakan antusias dengan adanya pemberdayaan ini dari pendapatan sebelumnya Rp.4.500.000 dan kini pendapatan tambahan yang didapat setiap minggunya Rp. 1.000.000 ini artinya sangat meningkatkan pendapatannya meskipun hanya dilakukan setiap minggu.²⁴

Wawancara dengan Mas Aan Syaputra, pedagang Jajanan Pasar di Payungi yang profesi sebelumnya mahasiswa saja mengatakan Payungi menghidupkan semangat warga sekitar dan bagi saya meningkatkan pendapatan serta mencukupi semua kebutuhan dengan pendapan setiap minggunya yang didapat setiap minggunya sebesar Rp.450.000 dengan untung setengahnya.²⁵

Wawancara dengan Mas Andi Purwanto, pedagang Snack Croudough di Payungi mengatakan keuangan keluarga nya sangat di bantu dengan adanya pemberdayaan di Payungi, setiap kali pegelaran mendapatkan omset Rp.8000.000 yang bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.²⁶

Wawancara dengan Mas Alan Utama, pedagang Sendal Ukir di Payungi yang profesi sebelum nya adalah Jualan di Shope/Tokopedia mengatakan pemberdayaan yang ada di Payungi telah meningkatkan Pendapatan dengan omset yang di dapat Rp. 750.000 dengan untung bisa mencapai Rp.500.000 tergantung seberapa banyak stok yang dijual.²⁷

²⁴ Wawancara, dengan Bapak Joni suwito Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

²⁵ Wawancara, dengan Mas Aan Syaputra, Selaku Pedagang di Payungi 30 November 2025.

²⁶ Wawancara, dengan Mas Andi purwanto Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025.

²⁷ Wawancara, dengan Mas alan utama Selaku Pedagang di Payungi, 30 November 2025

Mengenai upaya yang dilakukan untuk menaikkan omzet Payungi, Bapak Dharma Setiawan menuturkan bahwa upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan, selalu memunculkan inovasi dan kreasi, selalu melakukan promosi di sosial media, melakukan musyawarah rutin untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang muncul, melakukan evaluasi, dan selalu mengedepankan prinsip ramah, ramah, dan resik.²⁸

Berdasarkan data wawancara di atas bisa kita fahami bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan Pasar Kreatif Yosomulyo Pelangi (payungi) meningkatkan pendapatan. salah satu bentuk adanya pemberdayaan masyarakat ini memberi lapangan kerja, menjadikan masyarakat mandiri dengan menggali potensi masyarakat dan menjadikan lingkungan lebih berdaya dan berwarna.

3. Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi Dalam Meningkatkan Pendapatan

Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Pendapatan di Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro.

Dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, terutama di tengah tantangan kemiskinan dan ketimpangan sosial-ekonomi, lima strategi pemberdayaan masyarakat yang saling melengkapi, menurut Pujiono, Sumodiningrat dan Robert Chambers ada Sebelas strategi pemberdayaan masyarakat seperti: peningkatan kapasitas melalui pelatihan dan Pendidikan,

²⁸ Wawancara, dengan Bapak Dharma Setiawan Selaku Founder di Payungi, 30 November 2025.

pendampingan masyarakat secara berkelanjutan, penguatan kelembagaan atau organisasi local, pengembangan potensi dan sumber daya local, peningkatan partisipasi aktif Masyarakat, pemberian motivasi dan peningkatan kesadaran Masyarakat, pelatihan dan peningkatan keterampilan, penguatan manajemen diri (self-management), mobilisasi sumber daya, Participatory Rural Appraisal (PRA), reversal of learning.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan dengan penggerak serta pelaku usaha di Payungi, strategi pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan pada periode 2018–2025 menunjukkan adanya kesesuaian dengan teori pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Gunawan Sumodiningrat, Pujiono, dan Robert Chambers. Ketiga ahli tersebut menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang bertujuan meningkatkan kemampuan, kemandirian, serta partisipasi masyarakat dalam mengelola potensi yang dimiliki.

Dalam praktiknya, strategi pemberdayaan yang dilakukan Payungi tidak hanya berfokus pada peningkatan ekonomi masyarakat, tetapi juga pada penguatan nilai sosial, budaya, serta kelembagaan komunitas. Kesesuaian tersebut dapat dianalisis melalui beberapa indikator pemberdayaan masyarakat sebagai berikut.

a. Peningkatan Kapasitas Melalui Pelatihan dan Pendidikan

Menurut Gunawan Sumodiningrat dan Pujiono, pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui peningkatan kapasitas sumber

daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan. Hal ini bertujuan agar masyarakat memiliki pengetahuan serta keterampilan yang memadai untuk mengelola potensi ekonomi yang dimiliki.

Strategi tersebut terlihat dalam kegiatan Payungi pada tahun 2019 ketika para pelaku UMKM mendapatkan pelatihan terkait peningkatan kualitas produk, kebersihan, serta pelayanan kepada konsumen. Selain itu, pada tahun 2023 Payungi mengembangkan konsep Panca Daya, di mana aspek pengetahuan dijadikan sebagai dasar utama pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan edukasi kewirausahaan, diskusi rutin, serta kegiatan pesantren kewirausahaan.

Melalui kegiatan tersebut, para pedagang tidak hanya menjalankan aktivitas ekonomi, tetapi juga memperoleh pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kualitas usaha mereka. Dengan demikian, strategi pemberdayaan Payungi sejalan dengan teori Sumodiningrat dan Pujiono mengenai pentingnya peningkatan kapasitas masyarakat dalam proses pemberdayaan.

b. Pendampingan Masyarakat Secara Berkelanjutan

Menurut Pujiono, pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang berkelanjutan dan memerlukan pendampingan secara terus-menerus agar masyarakat mampu mencapai kemandirian. Pendampingan dilakukan melalui bimbingan, pembinaan, serta interaksi yang intensif antara penggerak program dan masyarakat.

Prinsip tersebut juga diterapkan dalam kegiatan Payungi sejak awal berdirinya pada tahun 2018 hingga tahun 2025. Pendampingan dilakukan melalui kegiatan diskusi rutin, mentoring antar pedagang, serta kegiatan pesantren kewirausahaan yang dilaksanakan secara berkala. Dalam kegiatan tersebut para pedagang dapat berbagi pengalaman, mendiskusikan permasalahan usaha, serta memperoleh masukan dari penggerak Payungi maupun sesama anggota komunitas.

Melalui proses pendampingan yang berkelanjutan tersebut, para pedagang mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha sekaligus memperkuat solidaritas antar anggota komunitas.

c. Penguatan Kelembagaan atau Organisasi Lokal

Teori pemberdayaan masyarakat menurut Gunawan Sumodiningrat menekankan pentingnya penguatan kelembagaan masyarakat sebagai salah satu strategi untuk menjaga keberlanjutan program pemberdayaan. Kelembagaan yang kuat akan menciptakan sistem organisasi yang mampu mengatur kegiatan masyarakat secara efektif.

Strategi tersebut terlihat pada Payungi pada tahun 2019 ketika dibentuk struktur organisasi yang mengatur pembagian tugas dan tanggung jawab antara pengelola, pedagang, serta relawan. Selanjutnya pada tahun 2024 dan 2025 dilakukan penguatan kelembagaan melalui sistem rotasi kepemimpinan, pembagian peran komunitas, serta penerapan aturan bersama bagi para pedagang.

Keberadaan struktur organisasi tersebut memungkinkan kegiatan Payungi berjalan secara terorganisir serta menciptakan tanggung jawab kolektif dalam menjaga keberlanjutan kegiatan pemberdayaan.

d. Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Lokal

Gunawan Sumodiningrat dan Robert Chambers menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat harus berbasis pada pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal yang dimiliki masyarakat. Pendekatan ini bertujuan agar masyarakat mampu mengembangkan potensi yang ada di lingkungan mereka sendiri.

Strategi tersebut terlihat dalam kegiatan Payungi yang memanfaatkan potensi lokal masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis kuliner tradisional, kegiatan budaya, serta kreativitas masyarakat. Selain itu, Payungi juga menjadi ruang interaksi sosial yang memperkuat identitas budaya lokal melalui kegiatan seni dan budaya.

Pemanfaatan potensi lokal tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan Payungi tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya serta kearifan lokal yang dimiliki masyarakat.

e. Peningkatan Partisipasi Aktif Masyarakat

Robert Chambers menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan pembangunan.

Prinsip tersebut terlihat dalam kegiatan Payungi sejak tahun 2018 hingga 2025. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi dan sosial. Para pedagang terlibat dalam kegiatan gotong royong, pengelolaan kegiatan pasar, serta proses pengambilan keputusan melalui musyawarah bersama.

Sebagai contoh, dalam kegiatan pesantren kewirausahaan yang dilaksanakan setiap malam Kamis, para pedagang dan penggerak Payungi dapat menyampaikan pendapat serta usulan terkait perkembangan kegiatan Payungi.

f. Pemberian Motivasi dan Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Pujiono menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi yang dimiliki serta memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam Pembangunan.

Hal tersebut terlihat dalam kegiatan Payungi yang menumbuhkan kesadaran kolektif masyarakat mengenai pentingnya gotong royong, solidaritas, serta kerja sama dalam membangun kegiatan ekonomi berbasis komunitas.

Melalui berbagai kegiatan sosial dan diskusi komunitas, masyarakat didorong untuk memiliki rasa tanggung jawab terhadap keberlanjutan Payungi sebagai ruang pemberdayaan masyarakat.

g. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan

Selain pendidikan, pemberdayaan masyarakat juga dilakukan melalui peningkatan keterampilan praktis yang dapat mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep pemberdayaan yang dikemukakan oleh Sumodiningrat.

Dalam kegiatan Payungi, peningkatan keterampilan dilakukan melalui pelatihan pengolahan produk, pengemasan makanan, serta pelayanan kepada konsumen. Keterampilan tersebut membantu para pelaku UMKM meningkatkan kualitas produk dan daya saing usaha mereka.

h. Penguatan Manajemen Diri (Self-Management)

Dalam teori pemberdayaan masyarakat, masyarakat diharapkan mampu mengelola kegiatan mereka secara mandiri. Hal ini dikenal sebagai penguatan manajemen diri (self-management).

Prinsip tersebut terlihat dalam kegiatan Payungi di mana para pedagang memiliki tanggung jawab untuk mengelola usaha mereka sendiri, menjaga kebersihan lingkungan, serta menaati aturan yang telah disepakati bersama. Para pedagang juga dilibatkan dalam pengelolaan kegiatan Payungi secara kolektif.

i. Mobilisasi Sumber Daya

Mobilisasi sumber daya merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat yang bertujuan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki masyarakat untuk mendukung kegiatan

pembangunan.

Dalam kegiatan Payungi, mobilisasi sumber daya terlihat melalui partisipasi masyarakat dalam menyediakan tenaga, waktu, serta kontribusi dalam kegiatan komunitas seperti gotong royong, kegiatan sosial, serta kegiatan ekonomi bersama.

j. Participatory Rural Appraisal (PRA)

Konsep Participatory Rural Appraisal (PRA) yang dikembangkan oleh Robert Chambers menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam mengidentifikasi masalah serta merumuskan solusi secara bersama-sama.

Pendekatan ini terlihat dalam kegiatan Payungi melalui diskusi rutin antar pedagang, musyawarah komunitas, serta kegiatan refleksi bersama untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilakukan.

k. Reversal of Learning

Robert Chambers juga mengemukakan konsep reversal of learning, yaitu proses pembelajaran yang menempatkan masyarakat sebagai sumber pengetahuan utama dalam kegiatan pemberdayaan.

Prinsip ini terlihat dalam kegiatan Payungi pada periode 2023–2025 di mana pedagang tidak hanya menjadi pelaku usaha tetapi juga menjadi sumber pembelajaran bagi anggota komunitas lainnya. Para pedagang senior berbagi pengalaman kepada pedagang baru, sehingga tercipta proses pembelajaran yang bersifat partisipatif.

Tabel 4.2

Tabel Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi				
No	Teori Ahli	Konsep Teori	Implementasi di Payungi	Tahun
1	Gunawan Sumodiningrat	Peningkatan kapasitas masyarakat	Pelatihan UMKM dan edukasi kewirausahaan bagi pedagang	2019, 2023
2	Pujiono	Pendampingan masyarakat berkelanjutan	Mentoring pedagang dan diskusi rutin komunitas	2018–2025
3	Gunawan Sumodiningrat	Penguatan kelembagaan masyarakat	Pembentukan struktur organisasi Payungi	2019
4	Gunawan Sumodiningrat	Pengembangan potensi dan sumber daya lokal	Pengembangan UMKM kuliner tradisional dan kegiatan budaya	2018–2025
5	Robert Chambers	Partisipasi aktif masyarakat	Musyawaharah pedagang dan kegiatan gotong royong	2018–2025
6	Pujiono	Motivasi dan peningkatan kesadaran masyarakat	Penanaman nilai gotong royong dan solidaritas komunitas	2018
7	Gunawan Sumodiningrat	Peningkatan keterampilan masyarakat	Pelatihan pengolahan produk dan pelayanan konsumen	2019
8	Pujiono	Self-management (pengelolaan mandiri)	Pedagang mengelola usaha dan menaati aturan bersama	2024–2025
9	Gunawan Sumodiningrat	Mobilisasi sumber daya masyarakat	Partisipasi tenaga dan waktu dalam kegiatan komunitas	2018–2025
10	Robert Chambers	Participatory Rural Appraisal	Diskusi bersama untuk	2023–2025

Tabel Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi				
		(PRA)	evaluasi dan pengambilan keputusan	
11	Robert Chambers	Reversal of learning	Pedagog senior berbagi pengalaman kepada pedagang baru	2023–2025

Berdasarkan tabel berikut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan memiliki keterkaitan yang kuat dengan konsep pemberdayaan yang dikemukakan oleh Gunawan Sumodiningrat, Pujiono, dan Robert Chambers. Kesesuaian tersebut terlihat dari berbagai aspek, seperti peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan UMKM dan edukasi kewirausahaan, pendampingan komunitas yang dilakukan secara berkelanjutan, serta penguatan kelembagaan melalui pembentukan struktur organisasi Payungi.

Selain itu, praktik pemberdayaan juga tercermin dalam pemanfaatan potensi lokal melalui pengembangan kuliner tradisional, peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan musyawarah dan gotong royong, serta mobilisasi sumber daya komunitas untuk mendukung keberlangsungan kegiatan.

Pendekatan partisipatif yang dilakukan melalui diskusi bersama dan berbagi pengalaman antar pedagang juga menunjukkan penerapan konsep Participatory Rural Appraisal (PRA) dan reversal of learning sebagaimana dikemukakan oleh Robert Chambers.

Dengan demikian, strategi pemberdayaan yang dilakukan di Payungi dapat dikatakan sejalan dengan teori-teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas, partisipasi aktif masyarakat, serta kemandirian komunitas dalam mengelola potensi yang dimiliki.

Dalam konteks peningkatan pendapatan masyarakat pada kegiatan Payungi, dari sebelas strategi pemberdayaan yang telah dijelaskan, terdapat beberapa teori yang paling berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Hal ini karena teori tersebut berhubungan langsung dengan peningkatan kemampuan usaha, kualitas produk, serta aktivitas ekonomi masyarakat. Teori yang paling berpengaruh tersebut terutama dikemukakan oleh Gunawan Sumodiningrat, Pujiono, dan Robert Chambers.

1. Peningkatan Kapasitas Melalui Pelatihan dan Pendidikan

Teori peningkatan kapasitas yang dikemukakan oleh Gunawan Sumodiningrat dan Pujiono merupakan salah satu strategi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan kapasitas dilakukan melalui pelatihan, pendidikan, serta pemberian pengetahuan kepada masyarakat agar mereka memiliki keterampilan yang dapat mendukung kegiatan ekonomi.

Dalam kegiatan Payungi, strategi ini terlihat pada pelaksanaan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai peningkatan kualitas produk, pengemasan makanan, kebersihan, serta pelayanan kepada

konsumen. Melalui pelatihan tersebut, para pedagang mampu memperbaiki kualitas produk yang mereka jual sehingga lebih menarik bagi konsumen.

Salah satu pedagang yang sebelumnya hanya menjual makanan dengan kemasan sederhana mulai menerapkan teknik pengemasan yang lebih baik setelah mengikuti pelatihan. Perubahan tersebut membuat produk terlihat lebih menarik sehingga penjualan meningkat dan berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang.

Dengan demikian, peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan terbukti memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas usaha serta pendapatan masyarakat.

2. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan

Strategi peningkatan keterampilan juga merupakan bagian penting dalam teori pemberdayaan masyarakat menurut Gunawan Sumodiningrat. Peningkatan keterampilan bertujuan agar masyarakat memiliki kemampuan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha.

Dalam kegiatan Payungi, peningkatan keterampilan dilakukan melalui pelatihan pengolahan produk kuliner, teknik penyajian makanan, serta cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Keterampilan tersebut membantu para pelaku UMKM meningkatkan kualitas produk sekaligus memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan.

Setelah mengikuti pelatihan pengolahan makanan, beberapa pedagang mulai melakukan inovasi menu serta memperbaiki cara penyajian makanan. Inovasi tersebut membuat produk lebih diminati oleh pengunjung Payungi sehingga jumlah pembeli meningkat dan berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang.

3. Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Lokal

Menurut Robert Chambers dan Gunawan Sumodiningrat, pemberdayaan masyarakat harus memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki masyarakat agar kegiatan ekonomi dapat berkembang secara berkelanjutan.

Strategi ini terlihat dalam kegiatan Payungi yang mengembangkan usaha kuliner berbasis makanan tradisional serta kreativitas masyarakat lokal. Pemanfaatan potensi lokal tersebut membuat produk yang dijual memiliki ciri khas tersendiri yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Beberapa pedagang memanfaatkan resep makanan tradisional daerah sebagai produk utama yang dijual di Payungi. Keunikan produk tersebut menarik minat pengunjung sehingga jumlah pembeli meningkat dan memberikan tambahan pendapatan bagi para pelaku UMKM.

4. Peningkatan Partisipasi Aktif Masyarakat

Teori partisipasi masyarakat yang dikemukakan oleh Robert Chambers juga memiliki pengaruh dalam meningkatkan pendapatan

masyarakat. Partisipasi aktif masyarakat memungkinkan mereka terlibat langsung dalam pengelolaan kegiatan ekonomi sehingga memiliki rasa tanggung jawab terhadap keberhasilan program.

Dalam kegiatan Payungi, para pedagang tidak hanya menjadi penjual, tetapi juga terlibat dalam pengelolaan kegiatan pasar, kegiatan promosi, serta kegiatan gotong royong yang mendukung keberlangsungan kegiatan Payungi.

Melalui kerja sama antar pedagang dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan area Payungi, suasana pasar menjadi lebih tertata dan menarik bagi pengunjung. Kondisi tersebut meningkatkan jumlah pengunjung sehingga berdampak pada peningkatan penjualan para pedagang.

Jika dilihat dari latar belakang sebelumnya bahwa masyarakat desa Yosomulyo Kota Metro khususnya warga Jl. Kedondong RW 07 RT 21 kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota metro yang dimana tempat Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) didirikan, banyak ibu-ibu yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga yang tidak mendapatkan penghasilan sedangkan kebutuhan untuk setiap hari banyak yang dibutuhkan semenjak bergabung dan berdagang di payungi sangat membantu mereka mendapatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan bisa menyisihkan sisanya untuk tabungan.

Kini upaya masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga adalah dengan mengikuti Pemberdayaan Masyarakat yang dilakukan Pasar Yosomulyo Pelangi (payungi) bertujuan meningkatkan atau memanfaatkan potensi-potensi yang ada dalam suatu daerah agar masyarakat menuju dalam keadaan yang lebih baik atau lebih berdaya dari keadaan sebelumnya.

Pemberdayaan masyarakat dari segi ekonomi adalah adanya peningkatan kualitas suatu masyarakat menuju masyarakat mandiri yang memenuhi segala kebutuhannya dan mengatasi segala permasalahan hidupnya. Hal tersebut dapat dijadikan acuan sebagai penentu keberhasilan suatu pemberdayaan. Pemberdayaan merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan-kemampuan yang masyarakat miliki kemudian dikembangkan agar masyarakat tersebut dapat mandiri dan berubah menjadi lebih baik.

Peningkatan pendapatan dengan adanya pemberdayaan masyarakat di Pasar Kreatif Yosomulyo Pelangi (payungi) saat ini menjadi meningkat berubah menjadi lebih baik. Masyarakat yang awalnya memiliki penghasilan rendah dalam rumah tangga dari kepala keluarga, kini menjadi lebih sejahtera lewat Payungi. Bahkan banyak yang sudah berkembang pesat dari modal awalnya yang hanya puluhan ribu rupiah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sebelas strategi pemberdayaan masyarakat yang dianalisis, terdapat empat strategi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, yaitu peningkatan kapasitas melalui pelatihan dan pendidikan, pelatihan dan peningkatan keterampilan, pengembangan potensi dan sumber daya lokal, serta peningkatan partisipasi aktif masyarakat. Keempat strategi tersebut secara langsung berkaitan dengan peningkatan kualitas usaha, daya tarik produk, serta jumlah konsumen yang datang ke Payungi.
2. Berdasarkan Strategi di atas dapat disimpulkan bahwasanya strategi-strategi tersebut bisa meningkatkan pendapatan masyarakat di Pasar Kreatif Yosomulyo Pelangi (payungi) Kota Metro, juga semakin baik karena adanya strategi-strategi tersebut.

Hal ini dapat dilihat dari beberapa masyarakat yang awalnya hanya sebagai ibu rumah tangga saat ini pendapatannya meningkat semenjak adanya pemberdayaan masyarakat dipayungi mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pendapatan yang didapat oleh masyarakat setiap pagelaran dilaksanakan selain itu, pada saat ini pasar kreatif yosomulyo pelangi menjadi destinasi wisata yang banyak

dikunjungi oleh masyarakat baik dari kota metro maupun dari luar Kota Metro.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti memberikan saran-saran agar menjadi lebih baik kedepannya :

1. Pengurus dan Penggerak Payungi agar bisa mengoptimalkan strategi pemberdayaan yang sudah di terapkan di payungi juga di harapkan bisa memunculkan ide kreatifitas terkait pengembangan pasar.
2. Pedagang payungi harus lebih memperhatikan lingkungan dan menjaga fasilitas yang sudah dibangun, terus mempertahankan dan terus mengembangkan program pemberdayaan dan menerapkannya dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Ahmad Mukri, & Siti Gusti Mukri. *Strategi moneter berbasis ekonomi syariah (Upaya Islami mengatasi inflasi)*. Deepublish, 2025.
- Anggito, Albi, & Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Ardiyana, Elia, dkk. *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif: Pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif di berbagai bidang*. PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Ari Riswanto, & Tetty Sufianty Zafar. *Ekonomi kreatif: Inovasi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia*. PT Sonpedia Publishing, 2023.
- Azwina, R., Atika, A., & B. Dharma. "Peran ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan pelaku industri kreatif dalam perspektif ekonomi Islam di Kota Medan." *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1, 2023, hlm. 50.
- Bank Indonesia. *Kajian ekonomi dan keuangan syariah Indonesia (KEKSI) 2024*. Bank Indonesia, 2024.
- Bankston, C. L. III. *Rethinking social capital: An interpersonal perspective on social stratification*. Cambridge University Press, 2022.
- Budi Santoso, & Rina Oktaviani. *Menuju Lampung maju: Perencanaan pembangunan Provinsi Lampung*. Gramedia Pustaka Utama, 2025.
- Caves, Richard E. *Creative industries: Contracts between art and commerce*. Harvard University Press, 2021.
- Chambers, Robert. *Rural development: Putting the last first*. Longman. (1983)
- Chambers, Robert. *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications. (1997)
- Chatra, M. Afdhal, dkk. *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus*. PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Chatra, M. Afdhal. *Ekonomi kreatif: Inovasi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Deepublish, 2023.
- Damayanti, Evi, ed. *Kebijakan pengentasan kemiskinan: Mengurangi kegagalan program pemberdayaan masyarakat*. Pustaka Pelajar, 2024.

- Damayanti, Evi, ed. *Pemberdayaan masyarakat: Teori dan praktik*. CV Widina Media Utama, 2023.
- Fitrah, Muh., & Luthfiah. *Metodologi penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Graha, A. N. "Pengembangan masyarakat pembangunan melalui pendampingan sosial dalam konsep pemberdayaan di bidang ekonomi." *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, vol. 5, no. 2, 2009, hlm. 117–126.
- Howkins, John. *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books, 2001.
- Ife, Jim. *Community development: Creating community alternatives*. Longman, 2016.
- Iskandar, Akbar, dkk. *Dasar metode penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia, 2023.
- Jihadi, Azri Awra. *Perbankan syariah, pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat*. Hidayatullah Publishing, 2024.
- Kartasasmita, Ginandjar. *Pembangunan untuk rakyat: Memadukan pertumbuhan dan pemerataan*. Pustaka Cidesindo, 1996.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025: Rencana strategis*. Kemenparekraf RI, 2014.
- Koentjaraningrat. *Pengantar ilmu antropologi (edisi revisi)*. Rineka Cipta, 2009.
- Kretzmann, John P., & McKnight, John L. *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. Center for Urban Affairs and Policy Research, Northwestern University. (1993)
- Mardalis. *Ekonomi pembangunan (Edisi Kedua)*. BPFE, 2001.
- Masyuri, & Zainudin. *Metodologi penelitian: Pendekatan praktis dan aplikatif*. PT Refika Aditama, 2021.
- Nur Purnomo. "Peningkatan sumber daya manusia melalui pemberdayaan UMKM." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, vol. 5, no. 3, 2021, hlm. 35–40.
- Pangestu, Mari Elka. *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia menuju 2020*. Kementerian Perdagangan RI, 2019.

- Pujiono. *Pemberdayaan Masyarakat; Konsep dan Strategi*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2010)
- Rahman, Arief. *Strategi ekonomi syariah dalam meningkatkan stabilitas ekonomi Indonesia*. Universitas Islam Jakarta Press, 2024.
- Rifka Agustianti, dkk. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Tohar Media, 2022.
- Ruslan Widjajanti, M. *Ekonomi syariah dan kesejahteraan sosial di Indonesia*. ResearchGate Publications, 2025.
- Silalahi, Ulber. *Metode penelitian sosial*. Refika Aditama, 2022.
- Simatupang, Togar M., Rina D. Pasaribu, & Indryati Sunaryo. *Ekonomi kreatif berbasis media digital*. Penerbit ITB, 2020.
- Sriati. *Buku pemberdayaan masyarakat*. Universitas Sriwijaya Press, 2009.
- Suharto, Edi. *Membangun masyarakat berdaya: Konsep dan strategi pemberdayaan*. Refika Aditama, 2018.
- Sukirno, Sadono. *Ekonomi pembangunan*. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi modern*. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sumodiningrat, Gunawan. *Pemberdayaan masyarakat dan jaring pengaman sosial*. Gramedia Pustaka Utama. (1999).
- Sumiyati. "Gotong royong sebagai modal sosial dalam penanganan kemiskinan." *Sosio Informa*, vol. 18, no. 1, 2012, hlm. 13–15.
- Suwendra, I. Wayan. *Metodologi penelitian kualitatif dalam ilmu sosial, pendidikan, kebudayaan dan keagamaan*. Nilacakra, 2018.
- Tulusan, F. M. G., & V. Y. Londa. "Peningkatan pendapatan masyarakat melalui program pemberdayaan." *Jurnal LPPM Ekosobudkum*, 2014, hlm. 12.
- Yulius Saragih. *Pembangunan daerah berbasis gotong royong di Indonesia*. CV Jejak, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0301/In.28.1/J/TL.00/10/2025
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Siti Zulaikha (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **FUADY AMIN**
NPM : 2103011036
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN (STUDI DI PASAR YOSOMULYO
PELANGI)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Oktober 2025
Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi
NIP 199103112020121005

OUTLINE

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
PERSETUJUAN
PENGESAHAN
ABSTRAK
ORISINALITAS PENELITIAN
MOTTO
PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pemberdayaan Masyarakat
 1. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat
 2. Konsep Pemberdayaan Masyarakat
 3. Strategi Pemberdayaan Masyarakat
- B. Pendapatan
 1. Pengertian Pendapatan
 2. Teori Peningkatan Pendapatan Dalam Ekonomi Syariah
 3. Indikator Peningkatan Pendapatan
- C. Pasar Kreatif
 1. Pengertian pasar kreatif
 2. Ciri Ciri Pasar Kreatif
 3. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pasar Kreatif
 4. Dampak Pasar Kreatif terhadap Pendapatan Masyarakat

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - 1. Sejarah Singkat Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro
 - 2. Data Pedagang Dan Pendapatan Pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro
 - 3. Struktur Organisasi Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro
- B. Deskripsi Hasil Penelitian
 - 1. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Di Payungi
 - 2. Indikator Peningkatan Pendapatan Di Payungi
 - 3. Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Payungi Dalam Meningkatkan Pendapatan

BAB V PENUTUP


- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Pembimbing Skripsi


Prof. Dr. Sili Zulaikha, S.Ag., MH.
NIP. 197206111998032001

Metro, 27 Oktober 2025
Peneliti


Fuady Amin
NPM. 2103011036

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Pengantar Wawancara

- a. Wawancara ini ditujukan kepada pedagang dan penggerak payungi yang berjumlah 16 orang untuk mengetahui Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan pendapatan. Informasi yang diberikan sangat berguna bagi peneliti untuk mengetahui Strategi pemberdayaan Masyarakat di payungi.
- b. Informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan masyarakat yang berdagang di payungi Benawi semata-mata untuk kepentingan penelitian.
- c. Informasi yang diberikan tidak akan mempengaruhi nama baik informan.

2. Petunjuk Wawancara

- a. Wawancara semi terstruktur.
- b. Selama wawancara berlangsung peneliti mencatat hasil wawancara.
- c. Waktu pelaksanaan wawancara sewaktu-waktu dapat berubah, sesuai dengan perkembangan situasi dilapangan sampai diperoleh data yang diinginkan.

3. Instrumen Pedoman Wawancara masyarakat Di Payungi

Nama :
Pekerjaan :
Jenis Dagangan :
Usia :
Jenis Kelamin :
Hari/Tanggal :
Tempat/Waktu :

4. Founder dan Penggerak Pasar kreatif Yosomulyo Pelangi (Payungi)

- a. Apa visi besar Payungi dalam hal pemberdayaan masyarakat, dan bagaimana visi itu diterjemahkan menjadi kebijakan atau peraturan tertulis/tertulis-tidak tertulis di Payungi?
- b. Apakah Payungi memiliki dokumen resmi (misalnya: AD/ART komunitas, pedoman pengelolaan pasar, SOP pedagang, atau peraturan internal) yang mengatur mekanisme pemberdayaan masyarakat? Jika ya, boleh saya lihat atau difotokopi?
- c. Bagaimana proses pengambilan keputusan kebijakan di Payungi? Siapa saja yang terlibat (pengurus inti, pedagang, warga, pemerintah kelurahan/kota)?
- d. Apa saja kriteria atau peraturan tertulis/tidak tertulis untuk menjadi pedagang Payungi? (misalnya: wajib warga lokal, prioritas ibu rumah tangga, dll.)
- e. Apa saja program pemberdayaan yang diterapkan di payungi?
- f. Bagaimana mekanisme pelaksanaan dari program pemberdayaan tersebut?
- g. Apakah kendala yang dihadapi dari pelaksanaan program pemberdayaan? dan apa factor pendukung dan penghambat dari program pemberdayaan tersebut?
- h. Apakah program pemberdayaan yang di terapkan efektif untuk meningkatkan pendapatan para pedagang?
- i. Bagaimana indikator pengukuran peningkatan pendapatan pedagang di payungi?
- j. Dalam 3–5 tahun ke depan, kebijakan atau peraturan apa yang ingin Bapak/Ibu buat atau perbaiki agar pemberdayaan dan peningkatan pendapatan pedagang semakin sistematis dan terukur?

5. Pedagang Pasar Kreatif Yosomulyo Pelangi (Payungi)

- a. Sejak kapan Ibu/Bapak berjualan di Payungi?
- b. Menurut Ibu/Bapak, apa saja aturan tertulis atau tidak tertulis yang wajib dipatuhi pedagang Payungi?
- c. Dari semua aturan itu, mana yang paling sering Ibu/Bapak patuhi dan mana yang kadang sulit dipatuhi? Mengapa?

- d. Pernahkah Ibu/Bapak mendapat teguran atau sanksi karena melanggar aturan Payungi? Kalau ya, sanksi apa dan bagaimana perasaannya?
- e. Program pemberdayaan apa saja yang Ibu/Bapak ketahui? Dan bagaimana penerapan program tersebut, berjalan atau tidak?
- f. Apakah Ibu/Bapak merasa terbebani dengan aturan dan program pemberdayaan di payungi? Dan manfaat apa yang diperoleh pedagang dari program pemberdayaan tersebut?
- g. Apakah kesulitan ataupun tantangan yang di rasakan para pedagang?
- h. Dalam 1 tahun terakhir, apakah omset Ibu/Bapak di Payungi naik, turun, atau stabil? Kalau naik/turun, menurut Ibu/Bapak karena aturan/kebijakan Payungi atau karena faktor lain?
- i. Adakah aturan baru yang Ibu/Bapak harapkan dari pengurus agar dagangan semakin laris dan pendapatan semakin meningkat?

B. OBSERVASI

1. Interaksi antara penggerak dan pedagang.
2. Keterlibatan pedagang dalam melaksanakan strategi pemberdayaan.
3. Dinamika sosial di antara pedagang.
4. Peningkatan pendapatan pedagang setelah menerapkan strategi pemberdayaan.

C. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Petunjuk Dokumentasi

- a. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data pokok yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian.
- b. Waktu pelaksanaan dapat berubah sesuai dengan perkembangan situasi dan kondisi di lapangan sampai peneliti memperoleh data yang diinginkan.

Mengetahui
Pembimbing Skripsi



Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
NIP. 197206111998032001

Metro, 27 November 2025
Peneliti



Fuady Amin
NPM. 2103011036



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1669/ln.28/J/TL.01/08/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
Pimpinan PAYUNGI Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Bapak/Ibu Pimpinan PAYUNGI Kota Metro berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **FUADY AMIN**
NPM : [2103011036](#)
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA DI
PAYUNGI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
PENDUDUK YOSOMULYO

untuk melakukan prasurvey di PAYUNGI Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan PAYUNGI Kota Metro untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Agustus 2025
Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi
NIP 199103112020121005



PASAR YOSOMULYO PELANGI (PAYUNGI)

Jl. Kedondong Rw 07 Kelurahan Yosomulyo Kec. Metro Pusat
No Telp/ Handphone : 0812 74406308

Nomor : 135
Perihal : **BALASAN PRASURVEY**

Metro, 10 Februari 2025

Kepada Yth.
Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung

Di _____
Tempat

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat saudara nomor B-1669/In.28/J/TL.01/08/2025. tentang permohonan izin prasurvey guna menyelesaikan studi Ekonomi Syari'ah di UINJUSILA oleh :

Nama : FUADY AMIN

NPM : 2103011036

**Judul : STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA DI PAYUNGI
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENDUDUK
YOSOMULYO**

Dengan ini Memberikan Izin kepada Mahasiswa Untuk Melaksanakan penelitian di Payungi Metro sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian harapan kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Metro, 10 Februari 2025
Ketua Pasar

Dharma Setyawan, M.A



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0628/In.28/D.1/TL.00/12/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan Pasar Yosomulyo Pelangi
(PAYUNGI) Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0629/In.28/D.1/TL.01/12/2025,
tanggal 02 Desember 2025 atas nama saudara:

Nama : **FUADY AMIN**
NPM : [2103011036](#)
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) Kota Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (STUDI DI PASAR YOSOMULYO PELANGI)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Desember 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP [19790422 200604 2 002](#)



PASAR YOSOMULYO PELANGI (PAYUNGI)

Jl. Kedondong Rw 07 Kelurahan Yosomulyo Kec. Metro Pusat

No Telp/ Handphone : 0812 74406308

Nomor : 165
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Metro, 02 Desember 2025

Kepada Yth.
Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung

Di_
Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat saudara nomor B-0629/In.28/D.1/TL.01/12/2025 tentang permohonan izin research guna menyelesaikan studi Ekonomi Syari'ah di UINJUSILA oleh :

Nama : FUADY AMIN

NPM : 2103011036

**Judul : SRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)**

Dengan ini Memberikan Izin kepada Mahasiswa Untuk Melaksanakan penelitian di Payungi Metro sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian harapan kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Metro, 02 Desember 2025
Founder Payungi

Dharma Setyawan, M.A



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0629/In.28/D.1/TL.01/12/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

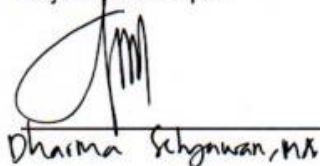
Nama : **FUADY AMIN**
NPM : [2103011036](#)
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (STUDI DI PASAR YOSOMULYO PELANGI)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 02 Desember 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Dharma Setyaningrum, N.S.

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP [19790422 200604 2 002](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112

Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-746/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : FUADY AMIN
NPM : 2103011036
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103011036.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 28 Oktober 2025
Kepala Perpustakaan,

Aap Gufroni, S.I.Pust.
NIP. 19920428 201903 1 009





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Fuady Amin
NPM : 2103011036
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN (Studi Di Pasar Yosomulyo Pelangi)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Desember 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fuady Amin
 NPM : 2103011036

Prodi / Fakultas : ESy/FEBI
 Semester / TA : IX / 2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/12/2025	<p>outline mana? yg ada makalah, bab I - III</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil wawancara di Tapi pengajiannya apa yg gitu? Lalu → pemberdayaan yg dilakukannya? - apa yg strategi? pemberdayaan untuk meningkatkan pendapatan pedagang yg dgn cara tahun 2025 bank → mesti ada tuhnya? ini blm lengkap! - Lalu → analisis yg dibutuhkan dg tri bab 2 mana? - Jangan semau mu menulis, guide pedoman → di situ apa cara menulis yg benar! 	

Dosen Pembimbing

- kesimpulan jawab pertanyaan!

Prof. Dr. Siti Zulaikha, S. Ag., MH.
 NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs

Fuady Amin
 NPM. 2103011036



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Fuady Amin

Prodi/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011036

Semester / T A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	16/12/2025	<p>Maklud tuay, subas di tawarin bca bukan paman, ager tu suh lebet cara menulis bentuk tuh ceritanya lede musid sma proyoda panyu di cetera ada bap? lede kanyu di suh suber? kader lede musid kanyu. tu 2025 di gabungkan. seles di tifa? statis audis ya di tu ya hine wamean gade ada tu tu boss → la zimman wabaz ya ??? audis tu → statis tu kasil kamean di lebet wamean tu ya di gade de bap? suber di audis madshipal ya.</p>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Fuady Amin
NPM. 2103011036



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Fuady Amin

Prodi/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011036

Semester / T A : IX/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	17/2025 /12	Perbaiki tata cara penulisan. sekali lagi baca buku pedoman! Acc Bab IV-V <hr/> Lengkap umur? stripi	
	18/2025 /12	ACC ditonjok sahkan Buat PPT Bulhones pelajari dan kuasai grad kelas	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Prof. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

NIP. 19720611 199803 2 001

Fuady Amin

NPM. 2103011036

DOKUMENTASI











BIOGRAFI PENULIS



Penulis Bernama lengkap Fuady Amin, lahir di Subang pada tanggal 23 Agustus 2003, Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan Bapak Abdul Muhit dan Ibu Siti Aminah. Saat ini penulis bertempat tinggal di blok 03 jalur 51 no 01, Desa Bumi di Pasena Utama, Kecamatan Rawajitu Timur, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung. Pendidikan formal yang telah penulis tempuh adalah sebagai berikut: TK Dharma Wanita BD Utama lulus pada tahun 2009, dilanjutkan di SDN 01 BD Utama lulus pada tahun 2015, dilanjutkan MTs Darul A'mal lulus pada tahun 2018, di lanjutkan ke jenjang SMK Darul A'mal yang lulus pada tahun 2021, pada tahun 2021 penulis diterima di Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung (yang dahulu bernama IAIN Metro) melalui jalur UMPTKIN dan hingga saat ini sedang menempuh pendidikan jenjang sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Selama menempuh pendidikan, penulis senantiasa berusaha menjalani proses belajar dengan penuh kesungguhan serta terus mengembangkan diri, baik dalam aspek akademik maupun akhlak mulia. Penulis menyadari bahwa semua pencapaian ini tidak terlepas dari doa restu, pengorbanan, dan dukungan tanpa henti dari kedua orang tua serta bimbingan para guru dan dosen. Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya yang melimpah. Terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada Ayah Abdul Muhit dan Ibu Siti Aminah yang telah mencurahkan kasih sayang, doa, serta segala pengorbanan materi dan non-materi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh keluarga besar, dosen pembimbing, teman-teman seperjuangan, serta semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga ilmu yang diperoleh menjadi bekal berharga di dunia dan akhirat serta bermanfaat bagi umat.