

SKRIPSI

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL**

Oleh:

RAGYL AYU SARI
NPM. 2103011076



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL**

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

Oleh:

RAGYL AYU SARI
NPM. 2103011076

Pembimbing : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi:

Nama : RAGYL AYU SARI
NPM : 2103011076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, 17 Juni 2025

Pembimbing



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

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL
Nama : RAGYL AYU SARI
NPM : 2103011076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 17 Juni 2025

Pembimbing


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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1544/1n.28.3/0/PP.00.9/07/2025

Skrripsi dengan Judul **ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL**,
Disusun Oleh : Ragyl Ayu Sari, NPM. 2103011076, Program Studi : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal :
Selasa, 24 Juni 2025.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H.

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I.

Penguji II : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy.

Sekretaris : Ananto Triwibowo, M.E



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670116 199503 1 001

ABSTRAK
ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL
Oleh:
RAGYL AYU SARI
NPM. 2103011076

Keberadaan pasar kreatif merupakan salah satu bentuk berkembangnya ekonomi berbasis komunitas di suatu wilayah. Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti) yang terletak di Desa Poncowati, Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah, menjadi contoh kegiatan ekonomi rakyat yang tumbuh dari partisipasi masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan Pakmonti terhadap ekonomi lokal masyarakat sekitar melalui lima indikator kesejahteraan, yaitu peningkatan pendapatan, pemenuhan kebutuhan konsumsi, munculnya peluang usaha, intensitas aktivitas perdagangan dan penciptaan lapangan kerja.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara kepada pelaku usaha, pengelola pasar dan pengunjung, serta didukung dengan observasi dan dokumentasi. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder yang mencakup informasi lapangan, dokumen pasar, literatur serta data pendukung lain yang relevan dengan objek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Pakmonti memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal. Pasar ini meningkatkan pendapatan pedagang, memperluas peluang usaha baru, menciptakan lapangan kerja informal serta mendorong semangat kewirausahaan masyarakat. Selain menjadi sarana interaksi sosial dan promosi produk lokal, Pakmonti juga memperkuat nilai-nilai ekonomi Islam, khususnya dalam aspek etos kerja, keadilan distribusi kekayaan dan kemaslahatan masyarakat. Dengan demikian, pasar ini berkontribusi dalam memperkuat fondasi ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci : *Pasar Kreatif, Ekonomi Lokal dan Ekonomi Islam*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAGYL AYU SARI

NPM : 2103011076

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebaik-baiknya.

Metro, 16 Juni 2025
Yang Menyatakan,



Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras
(untuk kebajikan yang lain)

(Q.S Al-Insyirah : 07)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Maroto dan Ibunda Kuryati yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menuntut ilmu dan dalam penyelesaian skripsi ini, serta do'a yang tidak pernah hentinya beliau panjatkan setiap waktu untuk saya.
2. Untuk kakakku tercinta Marni yang selalu memberikan dukungannya terimakasih atas dukungan yang selalu diberikan.
3. Teman-temanku Anisa, Dini, Marsal, Puan, Renita, Sevira, Synthia yang senantiasa memberikan semangat kepadaku untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Terakhir, Almamaterku tercinta Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya, yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.

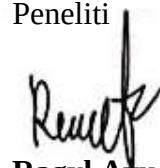
Peneliti mengucapkan terimakasih atas dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E, selaku ketua jurusan S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan nasihat kepada peneliti.
5. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E. Sy selaku Pembimbing Akademik.
6. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
7. Seluruh pihak di Pasar Kreatif Monumen Poncowati, khususnya pedagang, pengelola dan pengunjung yang telah membantu selama proses penelitian.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya, semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 16 Juni 2025

Peneliti



Ragyl Ayu Sari

NPM.2103011076

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Ekonomi Kreatif.....	11
1. Pengertian Ekonomi Kreatif.....	11
2. Subsektor Ekonomi Kreatif.....	12
3. Pasar Kreatif.....	12
4. Ekonomi Lokal.....	14
B. Dampak Ekonomi	19
a. Dampak Ekonomi Positif	20
b. Dampak Ekonomi Negatif.....	21
C. Ekonomi Islam	22
1. Etos Kerja	23
2. Distribusi Kekayaan.....	24
3. Kemaslahatan Masyarakat	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	28
B. Sumber Data.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
D. Uji Keabsahan Data.....	31
E. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Kreatif Monumen Poncowati.....	34
1. Sejarah Pakmonti	34
2. Visi dan Misi Pakmonti.....	36
3. Struktur Pakmonti	37
B. Dampak Pasar Kreatif Monumen Poncowati Terhadap Ekonomi Lokal	39
C. Analisis Perspektif Ekonomi Islam.....	45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan Pedagang di Pakmonti	5
Tabel 1.2	Penelitian Relevan	8
Tabel 4.1	Data Pelaku usaha dan Jenis Produk Pakmonti	36
Tabel 4.2	Seksi Pengurus	37
Tabel 4.3	Seksi Edukasi Perempuan dan Rumah Anak	38
Tabel 4.4	Seksi Event, Hiburan dan Seni	38
Tabel 4.5	Seksi Rohani dan Pemberdayaan Masyarakat	38
Tabel 4.6	Seksi Perlengkapan	38
Tabel 4.7	Seksi Inovasi dan Kreatif	38

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Outline
4. Surat Izin Riset
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Riset
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Lembar Konsultasi Bimbingan
10. Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi lokal adalah upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah dengan memanfaatkan sumber daya lokal yang ada, melibatkan seluruh pemangku kepentingan, pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) serta menciptakan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan.¹ UKM memiliki peran strategis dalam ekonomi lokal dengan berkontribusi pada peningkatan daya saing ekonomi daerah, penguatan ketahanan ekonomi masyarakat serta distribusi pendapatan yang lebih merata.

Salah satu cara untuk mengembangkan ekonomi lokal adalah melalui pasar kreatif. Pasar kreatif adalah tempat di mana produk-produk kreatif yang unik dan inovatif dijual kepada konsumen. Produk-produk ini bisa berupa kerajinan tangan, pakaian, makanan dan barang-barang lain yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Pasar kreatif tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai pusat budaya dan sosial yang mempromosikan kearifan lokal dan identitas budaya suatu daerah.²

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, ekonomi kreatif tercatat menyumbang 922,59 miliar rupiah kepada pertumbuhan ekonomi nasional

¹ Rojaul Huda, "Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11, No. 2 (2020), 157.

² Anom Pancawati Putu Luh Ni and Widaswara Yulita Rieka, "Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 3, No. 1 (2023), 167.

yang setara dengan 7,44 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Temuan ini menunjukkan bahwa sektor industri kreatif memiliki peran nyata dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, menciptakan lapangan kerja serta mendorong munculnya inovasi dan daya saing melalui berbagai subsector seperti kuliner, seni, fashion dan desain.³

Perkembangan ekonomi kreatif tidak hanya berkontribusi pada pendapatan negara, tetapi juga memperkaya budaya lokal dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Ekonomi kreatif mendorong pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan potensi sumber daya manusia sebagai kekuatan utama ekonomi masa depan. Pasar kreatif juga berperan sebagai penggerak ekonomi berbasis komunitas dan potensi daerah.⁴

Dalam perspektif Islam, pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas sangat sejalan dengan prinsip-prinsip muamalah. Islam tidak hanya menekankan pentingnya transaksi yang halal dan sah, tetapi juga mendorong perdagangan yang dilandasi etos kerja, keadilan dalam distribusi kekayaan serta memberi kemaslahatan bagi masyarakat secara luas. Aktivitas ekonomi yang dijalankan secara jujur, transparan dan saling menguntungkan menjadi bagian dari nilai-nilai Islam dalam kehidupan ekonomi.

Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti), yang terletak di Desa Poncowati, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah, merupakan salah satu contoh pasar kreatif berbasis komunitas. Pasar ini

³ Paramita Daniar Wijayan Ratna et al., *Manajemen Industri Kreatif - Bahan Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021), 3.

⁴ Klemens Mere et al., "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal," *Communnity Development Journal* 4, no. 6 (2023), 12327-12328.

didirikan pada tahun 2021 oleh Ibu Nur Ngazizah dan Bapak Lystiawan dengan tujuan untuk menampung kreativitas warga serta meningkatkan ekonomi lokal. Inspirasi dari Pasar Kreatif Payungi di Kota Metro mendorong lahirnya Pakmonti sebagai wadah bagi pelaku UMKM, ibu rumah tangga dan pemuda yang ingin berwirausaha dengan jumlah pedagang sekitar 20 hingga 30 pedagang.⁵

Sebelum berdagang di Pakmonti, banyak pelaku usaha menghadapi berbagai keterbatasan. Beberapa hanya menjual dari rumah atau menitipkan produk di warung, dengan jangkauan pembeli yang sempit. Tidak sedikit pula yang belum memulai usaha karena tidak memiliki akses tempat, pengalaman atau sarana penunjang untuk berdagang. Permasalahan seperti keterbatasan modal, lokasi yang kurang strategis dan minimnya strategi promosi menjadi hambatan umum yang membuat pelaku usaha sulit berkembang.

Kehadiran Pakmonti menjadi solusi alternatif yang membuka akses usaha bagi masyarakat lokal. Pasar ini memberikan ruang berdagang yang terbuka dan inklusif, memungkinkan pelaku usaha baru memulai aktivitasnya dengan dukungan komunitas. Selain menjadi tempat jual beli, Pakmonti juga berfungsi sebagai ruang sosial dan budaya yang memperkuat interaksi masyarakat.

Pakmonti memiliki nilai budaya dan sejarah yang kuat karena terletak di kawasan Monumen Poncowati. Kombinasi antara lokasi yang bernilai sejarah dan kegiatan ekonomi yang kreatif menjadikan pasar ini tidak hanya

⁵ Wawancara Bapak Yusron Pengelola di Pakmonti, 14 September 2024.

menarik bagi masyarakat lokal, tetapi juga bagi wisatawan luar daerah. Konsep yang diusung mampu mempertemukan fungsi ekonomi dan pelestarian budaya dalam satu tempat.

Pasar ini memberikan dampak ganda yaitu mendorong pertumbuhan UKM dan menjaga kearifan lokal. Inovasi produk, seperti makanan khas daerah yang disajikan secara kreatif, memperkuat identitas kuliner lokal sekaligus memperluas pasar bagi pelaku usaha. Suasana pasar yang disertai live musik, area santai dan interaksi sosial menjadikan Pakmonti sebagai ruang komunitas yang hidup dan berdaya.

Keberadaan pasar ini juga berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan pedagang, terciptanya lapangan kerja serta menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan anak muda. Namun demikian, belum optimalnya promosi digital, serta ketimpangan omzet antar pedagang akibat lokasi lapak yang berbeda tingkat keramaian. Permasalahan ini menunjukkan perlunya perhatian terhadap pemerataan dan keberlanjutan dalam pengelolaan pasar.

Pakmonti menjadi bukti bahwa pasar kreatif mampu menjadi ruang pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berbasis nilai-nilai lokal dan Islam. Nilai etos kerja terlihat dari semangat pelaku usaha dalam memulai dan mempertahankan usahanya. Prinsip distribusi kekayaan tercermin dalam harapan pemerataan peluang dan hasil serta nilai kemaslahatan masyarakat tercapai melalui manfaat ekonomi, sosial dan budaya yang dirasakan bersama.

Untuk mengetahui sejauh mana Pakmonti terhadap ekonomi lokal

masyarakat, wawancara dilakukan dengan beberapa pengusaha yang aktif dalam kegiatan perdagangan. Beberapa narasumber yang di wawancarai adalah Ibu Intan seorang pedagang kue, Bapak arkian pedagang kopi seduh dan bubuk, Bapak Agung pedagang cilok. Mereka mulai usahanya di Pakmonti dengan waktu yang berbeda-beda. Keberadaan pasar kreatif ini memberikan dampak positif bagi para pengusaha, di mana setiap penyelenggaraannya menghasilkan keuntungan yang cukup meningkat.

Tabel 1.1
Pendapatan Pedagang di Pakmonti

No	Nama	Pendapatan	
		Sebelum adanya Pasar Kreatif	Sesudah adanya Pasar Kreatif
1.	Intan	Rp 1.500.000 perbulan	Rp. 690.000 perpegelaran
2.	Arkian	Rp. 2.000.000 perbulan	Rp. 450.000 perpegelaran
3.	Agung	Rp. 1.000.000 perbulan	Rp. 350.000 perpegelaran

Sumber : Pedagang di Pakmonti 27 Oktober 2024

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 1.1, terdapat perubahan pendapatan bagi pedagang sebelum dan sesudah adanya pakmonti. Secara umum, pasar kreatif ini memberikan dampak yang beragam terhadap pendapatan pedagang, bergantung pada fleksibilitas usaha dan keterlibatan pedagang dalam kegiatan pasar tersebut.

Ibu Intan, seorang pedagang kue, mengalami peningkatan pendapatan setelah bergabung di pakmonti. Sebelum adanya pakmonti pendapatannya hanya sebesar Rp 1.500.000 per bulan. Setelah berdagang di pakmonti setiap minggu dengan pendapatan rata-rata Rp 690.000 per pegelaran, total

pendapatan bulannya mencapai Rp 2.760.000. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan pendapatan sebesar Rp 1.260.000 per bulan. Peningkatan ini dapat dikaitkan dengan fleksibilitas usahanya, di mana selain memiliki toko kue di daerah lain, beliau juga memanfaatkan Pakmonti sebagai sarana tambahan untuk menjual produknya.

Pak Arkian, seorang pegawai kantoran yang berjualan kopi di Pakmonti, memperoleh pendapatan sebesar Rp 450.000 per pegelaran atau sekitar Rp 1.800.000 per bulan jika dikalikan empat minggu. Dengan adanya pasar kreatif ini, Pak Arkian dapat menjalankan usaha sampingannya tanpa mengganggu pekerjaan utamanya. Keberadaan pakmonti memberikan peluang baginya untuk memperoleh penghasilan tambahan dan memperluas pasar bagi produk kopi yang dijualnya.

Sementara itu Pak Agung, seorang pedagang cilok yang juga bekerja sebagai cleaning service, memperoleh manfaat ekonomi dari adanya Pakmonti. Sebelumnya, beliau memperoleh Rp 1.000.000 per bulan dari usahanya. Setelah berjualan di pakmonti ini dengan pendapatan rata-rata Rp 350.000 per pegelaran, pendapatan bulannya meningkat menjadi Rp 1.400.000. Hal ini menunjukkan peluang ekonomi yang lebih luas bagi pelaku usaha seperti Pak Agung.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“Analisis Dampak Keberadaan Pasar Kreatif Monumen Poncowati Terhadap Ekonomi Lokal”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah Bagaimana dampak keberadaan Pakmonti terhadap ekonomi lokal di Kecamatan Terbanggi Besar, Lampung Tengah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu penelitian bertujuan untuk menemukan, menguji dan mengembangkan suatu pengetahuan. Demikian pula dengan penelitian yang akan dilakukan, adapun tujuan yang ingin dicapai dengan penelitian ini diantaranya:

- a. untuk menganalisis dampak pasar kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan perubahan penggunaan lahan.
- b. Mengidentifikasi perubahan perilaku pekerja dalam sektor ekonomi kreatif serta relevansinya dalam perspektif islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis:

Agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai peran pasar kreatif dalam meningkatkan ekonomi lokal, khususnya di daerah sekitar pakmonti.

b. Secara Praktis:

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha di pakmonti, pemerintah daerah serta masyarakat

setempat untuk memaksimalkan potensi pasar kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal.

D. Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada berbagai penelitian yang relevan untuk mendukung analisis dampak keberadaan Pakmonti terhadap ekonomi lokal. Berikut beberapa penelitian yang digunakan adalah:

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Khoirotul Nikmah (2020) “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat Kampung Tempe di Kelurahan Jogotrunan Kabupaten Lumajang”	Hasil Penelitian ditemukan bahwa pemberdayaan masyarakat lokal berkontribusi dalam peningkatan keterampilan masyarakat dan mendukung kemandirian ekonomi. ⁶	Fokus penelitian ini adalah pada pemberdayaan masyarakat melalui produk khas (tempe) sementara penelitian yang diteliti menyoroti dampak langsung pasar kreatif pada ekonomi lokal di lampung tengah.	Sama-sama menekankan pentingnya optimalisasi sumber daya lokal dan pasar kreatif untuk mendukung peningkatan ekonomi lokal, pemberdayaan komunitas dan penciptaan lapangan kerja.
2.	Farhan Maulana Azka (2022) “Strategi Penguatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Bidang	Menunjukkan bahwa strategi penguatan daya saing Peningkatan keterampilan dagang, Inovasi digital melalui	Fokus pada strategi penguatan daya saing pasar kuliner tradisional melalui pemasaran	Keduanya fokus menyoroti peran pasar kreatif dalam mendorong ekonomi lokal melalui pemberdayaan komunitas, peningkatan pendapatan, dan

⁶ Khoirotun Nikmah, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat Kampung Tempe Di Kelurahan Jogotrunan Kabupaten Lumajang,” 2020.

No	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Kuliner Bernilai Kearifan Lokal di Pasar Payungi Yosomulyo Kota Metro”	media sosial dan Penguatan interaksi berbasis kearifan lokal sangat efektif untuk meningkatkan daya tarik pasar. ⁷	digital di kota metro sementara penelitian yang diteliti berfokus pada dampak langsung keberadaan pasar kreatif terhadap ekonomi lokal.	promosi budaya lokal.
3.	Felia Maghfira (2023) “Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Lokal Dalam Meningkatkan Serapan Tenaga Kerja Serta Pendapatan Penduduk Lokal Perspektif Ekonomi Islam.	Penelitian ini menunjukkan bahwa pasar kreatif payungi memiliki dampak besar dalam mendorong interaksi masyarakat dan mempromosikan budaya lokal, peningkatan pendapatan prdagang dan penciptaan lapangan kerja. ⁸	Penelitian ini fokus pada pengembangan pariwisata lokal dengan pendekatan fungsi pemberdayaan SDM lokal melalui pelatihan dan pengelolaan pasar serta penguatan interaksi budaya masyarakat sedangkan penelitian yang peneliti teliti fokus pada fungsi perbaikan ekonomi langsung dengan mengukur dampak pasar	Sama-sama menyoroti kontribusi pasar kreatif dalam mendukung ekonomi lokal melalui transaksi ekonomi dan pemberdayaan masyarakat.

⁷ Azka Farhan Maulana, “Strategi Penguatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Bernilai Kearifan Lokal Di Pasar Payungi Yosomulyo Kota Metro” 2022.

⁸ Maghfira Felia, “Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Lokal Dalam Meningkatkan Serapan Tenaga Kerja Serta Pendapatan Penduduk Lokal Perspektif Ekonomi Islam,” 2023.

No	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
			terhadap pendapatan pedagang dan pembukaan peluang kerja baru.	

Penelitian mengenai pasar kreatif sebagai penggerak ekonomi lokal telah banyak dilakukan namun masing-masing penelitian memiliki fokus dan pendekatan yang berbeda. Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti pemberdayaan masyarakat melalui produk lokal, strategi penguatan daya saing ekonomi kreatif serta peran pariwisata dalam peningkatan ekonomi daerah. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan meneliti secara langsung dampak keberadaan pakmonti terhadap perekonomian lokal, terutama dari aspek peningkatan pendapatan pedagang dan penciptaan lapangan kerja.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Menurut Levickaite dalam Dhety Chusumastuti, Ekonomi Kreatif adalah konsep ekonomi yang berbasis pada kreativitas, keterampilan dan inovasi sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Konsep ini berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk menghasilkan pendapatan melalui pemanfaatan ide dan keunikan mereka. Dalam ekonomi kreatif, elemen utama yang menjadi pendorong adalah kreativitas manusia, bukan hanya sumber daya alam atau modal finansial semata.

Kreativitas dalam ekonomi berperan penting dalam menciptakan dan menambah nilai bagi produk maupun jasa, baik dalam aspek produksi, distribusi maupun konsumsi. Dengan adanya ekonomi kreatif, peluang usaha semakin luas, daya saing meningkat dan inovasi terus berkembang. Meskipun, kreativitas dalam ekonomi bukan merupakan konsep yang sepenuhnya baru, interaksi yang semakin luas dan pemanfaatan teknologi digital telah menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang dinamis, berpengaruh serta berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global¹.

¹ Dhety Chusumastuti and dkk, *Konsep Ekonomi Kreatif* (Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024), 1-2.

2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Menurut Kemenparekraf terdapat 17 sub sektor industri kreatif, yaitu sebagai berikut: Aplikasi, Arsitektur, Desain interior, Desain komunikasi visual, Desain produk, Fashion, Film, Animasi & Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio, Pengembangan dan Permainan.²

3. Pasar Kreatif

Pasar kreatif adalah konsep yang merujuk pada segmen ekonomi yang berfokus pada produk dan layanan yang dihasilkan melalui proses kreativitas dan inovasi. Istilah ini mencakup berbagai industri yang memanfaatkan ide-ide orisinal dan desain unik untuk menciptakan nilai ekonomi. Pasar kreatif tidak hanya melibatkan barang dan jasa yang bersifat artistik, tetapi juga meliputi sektor-sektor lain yang mengintegrasikan kreativitas dalam proses produksinya.³

Pasar Kreatif mempunyai hubungan erat dengan industri kreatif. Industri kreatif merupakan suatu konsep yang berkembang dalam era ekonomi modern di mana kreativitas, inovasi dan informasi menjadi faktor utama dalam produksi. Dalam industri kreatif ide-ide inovatif serta pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia menjadi elemen fundamental yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Meskipun masih

² Muhammad Niel El Himan, *Skema Program dan Inkubasi Bekup Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif* (Surakarta: Baparekraf For Startup, 2024), 10-11.

³ Astrid Kusumowidagdo and dkk, *Strategi Kebijakan : Pasar Kreatif Pada Kawasan Wisata Indonesia* (Surabaya: Universitas Ciputra, 2024), 15.

tergolong baru, industri kreatif telah menunjukkan peranan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan perhatian khusus untuk memastikan bahwa industri ini dapat berkembang secara berkelanjutan. Dengan jumlah penduduk usia produktif yang besar, Industri kreatif memiliki potensi yang luas dalam menopang perekonomian nasional. Kreativitas yang dihasilkan oleh generasi milenial berkontribusi dalam menciptakan berbagai inovasi yang dapat meningkatkan daya saing ekonomi nasional.⁴

Secara fisik bentuk pasar kreatif dapat dikategorikan ke dalam beberapa konfigurasi ruang yang memengaruhi karakter dan tata letak aktivitas perdagangan. Berikut adalah beberapa bentuk pasar kreatif berdasarkan struktur dan lokasinya:⁵

1. Pasar kreatif dalam bentuk bangunan pasar tradisional

Pasar kreatif jenis ini umumnya berupa bangunan bertingkat dengan tata letak toko yang tersusun dalam lorong-lorong. Biasanya terdiri dari lebih dari satu lantai dengan tinggi antar lantai yang relatif rendah, sehingga memudahkan mobilitas pedagang dan pengunjung.

2. Pasar kreatif berbentuk koridor belanja

Jenis pasar ini memiliki jalur utama yang diapit oleh deretan toko di kedua sisinya. Konsep ini sering diterapkan di kawasan komersial atau pusat kota, di mana pengunjung dapat berjalan di sepanjang

⁴ Ratna Wijayanti Daniar Paramita and dkk, *Manajemen Industri Kreatif* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2024), 18.

⁵ *Ibid*, 15-16.

koridor sambil menikmati berbagai produk yang ditawarkan oleh pedagang.

3. Pasar kreatif di kawasan tepi air

Pasar ini berlokasi di dekat perairan seperti sungai, danau atau laut, dengan sebagian pedagang menggunakan perahu sebagai tempat berjualan. Pasar ini biasanya menjadi daya tarik wisata yang khas, seperti pasar terapung yang populer di beberapa daerah di Indonesia.

4. Pasar kreatif dalam desa wisata

Pasar ini terintegrasi dengan destinasi wisata dan sering kali berfungsi sebagai pusat penjualan produk lokal, seperti kerajinan tangan atau oleh-oleh khas daerah. Lokasinya yang berada dalam jalur sirkulasi wisatawan membuat pasar ini tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga bagian dari pengalaman wisata budaya dan ekonomi kreatif.

Pasar kreatif tidak hanya menjadi sarana transaksi ekonomi, tetapi juga berperan dalam memperkuat identitas lokal, meningkatkan daya tarik wisata serta menciptakan peluang bagi pelaku industri kreatif untuk berkembang.

4. Ekonomi Lokal

Ekonomi lokal berkaitan erat dengan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya serta potensi yang tersedia di suatu wilayah. Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) di definisikan sebagai terbentuknya kolaborasi bersama antara pemerintah,

pelaku usaha, sektor non pemerintah dan masyarakat dalam mendefinisikan serta mengoptimalkan potensi sumber daya yang tersedia guna mendorong dan membangun perekonomian yang tangguh, mandiri dan berkelanjutan.⁶

Menurut Blakely dalam Asnita Frida Sebayang, Ciri utama dari PEL didasarkan pada pendekatan pengembangan endogen (*endogenous development*) yaitu pembangunan yang bertumpu pada pemanfaatan potensi sumber daya manusia, kelembagaan dan sumber daya fisik yang dimiliki oleh daerah itu sendiri. Pendekatan ini mendorong pembangunan yang berorientasi pada penciptaan lapangan kerja dan pengembangan aktivitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, salah satu elemen penting yang dibutuhkan dalam penerapan PEL adalah keberadaan institusi atau kelembagaan yang berfungsi sebagai penggerak pembangunan lokal.⁷

Interntional Labour Organization (ILO) mendefinisikan PEL merupakan suatu proses yang bersifat partisipatif, dimana terdapat keterlibatan aktif antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat dalam suatu wilayah tertentu. Proses ini mendorong terbentuknya kemitraan lintas sektor yang berfungsi untuk merancang dan melaksanakan strategi pembangunan. Tujuan akhirnya adalah menciptakan lapangan pekerjaan yang layak serta menggerakkan aktivitas ekonomi secara berkelanjutan di tingkat lokal.⁸ Beberapa prinsip yang mendasari konsep PEL:⁹

⁶ Hania Rahma, *Acuan Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Kota dan Kabupaten* (Direktorat Jendral Cipta Karya, 2012), 18.

⁷ Astina Frida Sebayang, *Ekonomi Regional* (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2024), 203.

⁸ Ignatius Adiwidjaja, *Kebijakan Pembangunan Ekonomi Kajian Sektor Publik, Lokal, Nasional dan Regional* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2019), 63.

- a. Permasalahan utama yang dihadapi oleh daerah adalah kemiskinan dan pengangguran, sehingga strategi PEL harus diarahkan pada penciptaan lapangan kerja dan upaya pengentasan kemiskinan.
- b. PEL perlu memfokuskan perhatian pada masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau terpinggirkan, serta pelaku usaha kecil dan mikro, agar mereka dapat ikut serta secara nyata dalam kegiatan ekonomi di daerahnya.
- c. Setiap daerah perlu merancang strategi PEL yang sesuai dengan potensi, kebutuhan dan kondisi wilayah masing-masing agar penerapannya lebih efektif dan tepat sasaran.
- d. PEL mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif, kepemilikan lokal atas proses pembangunan serta pengambilan keputusan secara bersama dengan melibatkan pemimpin lokal.
- e. Pelaksanaan PEL membutuhkan kemitraan yang erat antara masyarakat, sektor swasta, pelaku usaha dan pemerintah daerah guna menyelesaikan permasalahan bersama secara kolaboratif.
- f. PEL menekankan pentingnya pemanfaatan secara optimal terhadap sumber daya lokal, termasuk kemampuan, keterampilan dan berbagai peluang yang ada demi mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.
- g. PEL memberikan keleluasaan bagi pemerintah daerah dalam merespon berbagai perubahan yang terjadi, baik di tingkat

⁹ Rahma, *Acuan Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Kota dan Kabupaten*, 18.

lokal, nasional maupun internasional secara cepat dan tepat.

PEL mencakup pembentukan institusi-institusi baru, pembangunan industri-industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik, indentifikasi pasar, alih ilmu pengetahuan dan pengembangan perusahaan-perusahaan baru. Terdapat beberapa indikator dalam PEL yaitu sebagai berikut:

1) Perluasan Kesempatan Kerja dan Usaha

Perluasan kesempatan kerja merupakan usaha untuk mengembangkan sektor-sektor penampungan kesempatan kerja dengan produktivitas rendah. Usaha perluasan kesempatan kerja tidak terlepas dari faktor-faktor seperti pertumbuhan jumlah penduduk dan angkatan kerja atau kebijaksanaan mengenai perluasan kesempatan kerja itu sendiri. Kebijakan negara dalam kesempatan kerja meliputi upaya-upaya untuk mendorong pertumbuhan dan perluasaan kesempatan kerja di setiap daerah serta perkembangan kuantitas dan kualitas angkatan kerja yang tersedia agar dapat memanfaatkan seluruh potensi pembangunan di daerah masing-masing.

Pemecahan masalah kesempatan kerja dapat ditempuh antara lain dengan menciptakan lapangan kerja produktif dan perluasaan kesempatan kerja yang dilaksanakan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan ekonomi diberbagai sektor yang disertai dengan usaha peningkatan produktivitas angkatan kerja yang ada.¹⁰

¹⁰ Mohsmmad Sofyan, *Pengembangan Sektor Unggulan Pendukung Perluasaan Kesempatan Kerja di Provinsi Jawa Tengah* (Jawa Timur: CV Odis, 2021), 19.

2) Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Peningkatan pendapatan kerja masyarakat merupakan bagian dari penyelenggaraan pembangunan dan pemerataan hasil-hasilnya kepada semua masyarakat tanpa terkecuali termasuk didalamnya pembangunan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat desa antara lain berkisar tentang bagaimana mengupayakan masyarakat desa dapat menjadi pelaku utama dalam pembangunan ekonomi serta dapat memanfaatkan sumber daya secara optimal dan bertanggung jawab.

Program bantuan keuangan non fisk memang tidak bias langsung dilihat hasilnya, karena memerlukan proses Panjang pembentukan perilaku, sikap dan budaya masyarakat. Bisa saja mulai dari tahap pengenalan, sosialisasi, pemberian contoh, pelatihan, penyuluhan dan praktek lapangan. Tetapi yang pasti adalah masyarakat mulai dan mempunyai kemauan, daya kekuatan serta peningkatan kemampuan memanfaatkan potensi yang dimilikinya.¹¹

3) Keberdayaan Lembaga Usaha Mikro dan Kecil

Konsep keberdayaan usaha mikro dan kecil dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya.

¹¹ Femy M.G. Tulus dan Very Y. Londa, "Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa," *LPPM Bidang EkoSosBudKum* Vol. 1 (2022), 100.

Keberdayaan ini merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional.¹²

4) Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

Peningkatan kualitas SDM yang berkualitas memberikan kesempatan yang lebih baik bagi individu untuk mencapai potensi penuh mereka. Hal ini dapat mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Di sisi ekonomi, peningkatan kualitas SDM berdampak positif dalam memperkuat daya saing suatu negara di pasar global. SDM yang berkualitas memungkinkan inovasi, produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.¹³

B. Dampak Ekonomi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak didefinisikan sebagai pengaruh atau akibat yang ditimbulkan oleh suatu kejadian, kebijakan atau fenomena tertentu terhadap aspek sosial, ekonomi dan lingkungan.¹⁴ Dalam konteks ini, dampak ekonomi mengacu pada

¹² Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziah, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan," *JKMP* Vol. 2 (2023), 168.

¹³ Robertus Adi Sarjono Owon Dkk, *Pengantar Ilmu Pendidikan Teori Dan Inovasi Peningkatan SDM* (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2024), 20.

¹⁴ KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)* (diakses pada Desember 2024, n.d.).

perubahan yang terjadi dalam suatu sistem ekonomi sebagai respons terhadap faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi kesejahteraan individu, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Mangkoesoebroto, dampak eksternalitas dikelompokkan menjadi dua, yaitu eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Eksternalitas positif adalah dampak baik dari suatu tindakan yang memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban untuk memberikan imbalan. Sebaliknya, eksternalitas negatif adalah dampak buruk dari suatu tindakan yang merugikan orang lain tanpa adanya kompensasi atau ganti rugi.¹⁵

Dalam setiap suatu usaha yang ada di sekitar masyarakat akan membawa dampak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak secara langsung adalah dampak yang secara langsung diterima oleh kalangan masyarakat yang terlibat pada usaha tersebut. Dampak tidak langsung adalah pengaruh yang dirasakan oleh orang-orang yang tidak terlibat secara langsung dalam suatu kegiatan, usaha atau dampak jangka panjang yang tidak langsung dirasakan oleh pihak-pihak yang terkait. Dari Penjabaran diatas maka dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian sebagai berikut:

1. Dampak Ekonomi Positif

Dampak positif kondisi ekonomi terhadap pengembangan usaha pedagang yaitu: ¹⁶

¹⁵ Gurito Mangkoesoebroto, *Ekonomi Publik*, Edisi 3 (Yogyakarta: BPPE-Yogyakarta, 2020), 110.

¹⁶ Ipah Mulyani Jumanah, Nata Sanjaya, "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional," *Administrasi* Vol. 3, No. 1 (2022), 16-17.

- a) Terjadinya kenaikan omset penjualan, tempat yang tertata serta banyaknya pengunjung menjadikan omset semakin meningkat, dengan semakin meningkatnya omset secara langsung akan mempengaruhi perkembangan usaha pedagang karna meningkatnya pendapatan dan berpengaruh terhadap kesejahteraan dalam memenuhi segala kebutuhannya.
- b) Dengan pembangunan pasar ini bisa menyerap tenaga kerja atau menumbuhkan entrepreneurship, sehingga masyarakat disekitarnya yang memiliki kriteria dapat melakukan aktivitas ekonomi sesuai dengan minatnya.
- c) Pemenuhan kualitas hidup, dengan keberhasilan berdagang maka segala kebutuhan untuk kesehatan, pendidikan akan bisa tercukupi. Pemberian pemenuhan gizi sehingga melahirkan anak yang sehat dan menjadikan anak memiliki masa depan dengan difasilitasinya pendidikan oleh orang tuanya.

2. Dampak Ekonomi Negatif

Dampak negatif kondisi ekonomi terhadap pengembangan usaha pedagang yaitu:

- a) Ketergantungan yang terlalu besar pada satu kegiatan ekonomi dapat menimbulkan ketidakseimbangan dalam struktur ekonomi lokal. Apabila suatu aktivitas seperti pasar kreatif dijadikan satu-satunya tumpuan ekonomi masyarakat, maka gangguan dari faktor eksternal atau penurunan berdampak serius terhadap keberlanjutan dan kestabilan ekonomi di tingkat lokal.¹⁷

¹⁷ Rully Wurarah et al., *Ekonomi Pembangunan* (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2022),45.

- b) Penataan dan penempatan stand mempengaruhi pendapatan pedagang, Penataan dan penempatan stand pedagang berdasarkan hasil jualan dan potensi perpasaran memberikan dampak perubahan pendapatan mereka. Pedagang yang berada dilokasi depan atau dekat dengan pusat keramaian cenderung lebih ramai dikunjungi dibanding mereka yang berada dibagian pinggir atau belakang.
- c) Terjadi persaingan yang tidak sehat, beberapa pedagang yang menjual dengan produk yang sama mengakibatkan beberapa konflik. Dengan upaya menaikkan omset, berharap pedagang memiliki strategi untuk menjual barang dengan harga yang paling murah sehingga tidak menimbulkan persaingan antar pedagang.¹⁸

C. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memandang aktivitas ekonomi bukan hanya sebagai urusan duniawi semata, melainkan sebagai bagian dari ibadah yang mengandung dimensi moral, sosial dan spiritual. Sistem ekonomi Islam menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat dengan prinsip keadilan, distribusi kekayaan yang merata dan kemaslahatan. Setiap aktivitas ekonomi dalam pandangan Islam seharusnya mengarah pada kesejahteraan bersama (*al-falah*), dilakukan secara halal dan tidak merugikan pihak lain.

Terdapat sejumlah prinsip dasar yang dapat digunakan untuk menilai nilai-nilai Islam dalam pelaksanaan aktivitas ekonomi masyarakat. Tiga di

¹⁸ Jumanah, Nata Sanjaya, "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional.", 17-19.

antaranya yang paling mendasar adalah etos kerja, distribusi kekayaan dan kemaslahatan masyarakat. Ketiganya berfungsi sebagai indikator dalam mengukur kualitas aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam.

1. Etos Kerja

Etos kerja merupakan seperangkat perilaku positif yang berakar pada keyakinan dasar yang disertai komitmen total pada keyakinan kerja yang integral. Etos kerja islami adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh dengan mengerahkan seluruh asset, pikiran dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakan arti dirinya sebagai hamba allah yang harus menundukan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik (*Khairul ummah*) maka dapat dikatakan bahwa hanya dengan bekerja manusia itu memanusiakan dirinya, karena dengan bekerja manusia dapat mengkatualisasi dirinya sehingga mampu menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat. Dalam islam, hal seperti ini sangat dianjurkan sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S An-Najm 39:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ۝٣٩

Artinya: Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya. (An-Najm (53):39).¹⁹

Menurut Prof. Dr. Wahbah az- Zuhaili dalam Tafsir Al- Wajiz, dijelaskan bahwa: “Tidak ada bagi manusia kecuali usaha yang

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah* (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010), 527.

dipilihnya. Maknanya, yaitu kecuali balasan atas perbuatannya di dunia. Penafsiran ini menunjukkan bahwa Islam menekankan pentingnya usaha pribadi. Setiap hasil yang didapat manusia tidak terlepas dari jerih payahnya sendiri. ayat ini menjadi dasar bahwa kerja keras dan kemandirian adalah bagian dari nilai Islam yang harus ditanamkan oleh pelaku usaha.²⁰

Etos kerja islam memberikan pandangan mengenai dedikasi yang tinggi dalam bekerja keras sebagai sebuah kewajiban yang wajib. Usaha yang cukup haruslah menjadi bagian dari kerja yang dilakukan seseorang, yang terlihat sebagai kewajiban individu yang cukup. Etos kerja dalam islam ditunjukkan melalui beberapa ciri utama yang mencerminkan sikap kerja yang baik dan bernilai ibadah.²¹ Berikut ini adalah ciri-ciri etos kerja menurut islam:

a. Kecanduan Terhadap Waktu

Salah satu dari esensi dan hakikat dari etos kerja ialah cara seseorang menghayati, memahami serta juga merasakan betapa berharganya waktu dia sadar bahwa waktu itu merupakan netral serta terus merayap dari detik ke detik serta juga dia pun sadar bahwa sedetik yang lalu itu tak akan pernah dapat kembali lagi.

b. Memiliki Moralitas yang Bersih (ikhlas)

Salah satu dari kompetensi moral yang dimiliki oleh seorang yang berbudaya kerja ialah nilai keikhlasan. Sebab ikhlas merupakan

²⁰ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Wajiz*, diakses pada 11 Juni 2025.

²¹ Amirul Syah, *Etos Kerja Dan Kepemimpinan Islam* (Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2021), 2-3.

bentuk dari cinta, bentuk kasih sayang serta juga pelayanan tanpa ikatan. Sikap ikhlas itu tidak hanya output dari cara dirinya melayani, melainkan juga input atau juga masukan yang membentuk kepribadiannya didasarkan oleh sikap yang bersih.

c. Adanya sikap kejujuran

Kejujuran ini tidak datang dari luar, namun datang dari hati dan pemikiran yang baik. Kejujuran ini bukanlah sebuah keterpaksaan, tapi melainkan kejujuran ini merupakan sebuah panggilan dari dalam sebuah keterikatan.

d. Memiliki komitmen

Komitmen itu merupakan keyakinan yang mengikat sedemikian kukuhnya sehingga terbelenggu seluruh hati nuraninya dan setelah ini menggerakkan perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya. di dalam komitmen ini tergantung adanya sebuah tekad, keyakinan yang menimbulkan bentuk vitalitas yang penuh gairah.

e. Kuat Pendirian (Konsisten)

Konsisten ini juga merupakan suatu kemampuan untuk bersikap taat asas, pantang menyerah, serta juga mampu mempertahankan prinsip walau harus berhadapan dengan resiko yang membahayakan dirinya. Mereka dapat mengendalikan diri serta juga mengelola emosinya dengan secara efektif.²²

²² Meithiana Indrasari dan Ida Ayu Nuh Kartini, *Karakteristik Sumber Daya Manusia Era Digital* (Jawa Timur: Zifatma Jawara, 2021), 176-177.

2. Distribusi Kekayaan

Distribusi kekayaan dalam ekonomi Islam adalah konsep yang sangat penting dan berbeda dari banyak sistem ekonomi konvensional. Prinsip dasar dalam Islam adalah bahwa kekayaan bukanlah hak eksklusif individu, melainkan amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara adil, bertanggung jawab dan memberi manfaat bagi masyarakat secara luas. Islam tidak hanya menekankan pencapaian kekayaan, tetapi juga cara kekayaan itu dialirkan dan dimanfaatkan agar tidak menimbulkan ketimpangan atau ketidakadilan sosial.²³

Untuk menjamin hal tersebut, Islam mengatur sistem distribusi kekayaan berdasarkan prinsip-prinsip yang mengedepankan keadilan, solidaritas sosial dan pemerataan. Ketiga prinsip ini menjadi landasan moral sekaligus kerangka praktis dalam menciptakan tatanan ekonomi yang sehat dan berkeadilan. Adapun prinsip-prinsip utama distribusi kekayaan dalam Islam meliputi:

a. Keadilan

Distribusi kekayaan harus adil, memastikan setiap orang mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusinya dan kebutuhan. Dimana kekayaan tidak terkumpul pada segelintir individu atau kelompok, tetapi didistribusikan secara merata di seluruh masyarakat.²⁴

²³ Abdul Aziz Dkk, *Teori Dan Konsep Pemikiran Ekonomi Islam* (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2020), 8.

²⁴ Mochamad Heru Riza Chakim, *Ekonomi Pembangunan Islam* (Jawa Timur: Duta Sains Indonesia, 2021), 196.

b. Solidaritas Sosial

Islam mendorong rasa persaudaraan dan kepedulian terhadap sesama, terutama mereka yang membutuhkan. Zakat, infak dan sedekah adalah contoh nyata dari prinsip ini.²⁵

c. Pemerataan

Islam tidak membenarkan konsentrasi kekayaan pada segelintir orang. Kekayaan harus didistribusikan secara merata agar tidak terjadi kesenjangan sosial yang mencolok.²⁶

3. Kemaslahatan Masyarakat

Kemaslahatan dalam ekonomi syariah merujuk pada segala sesuatu yang memberikan manfaat dan kebaikan bagi masyarakat secara keseluruhan. Prinsip ini mengharuskan setiap keputusan ekonomi untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat, lingkungan dan kesejahteraan umum, bukan hanya keuntungan individu atau kelompok.²⁷

Aktivitas ekonomi dikatakan membawa kemaslahatan apabila mengandung unsur kebermanfaatan yang luas, halal dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Mengenai peran UMKM sebagai pondasi kemaslahatan, perekonomian masyarakat Indonesia menyatakan bahwa UMKM mampu berperan sebagai tumpuan bagi kemaslahatan ekonomi masyarakat Indonesia.²⁸

²⁵ Anwar Abas, *Bung Hatta Dan Ekonomi Islam*, ed. Anwar Abbas 2019 (Jakarta, 2010), 12.

²⁶ Dedi Amrizal, *Administrasi Dan Politik Perpajakan* (Medan: Umsu Press, 2025), 20.

²⁷ Feri Irawan dkk, *Ekonomi Syariah (Teori Dan Aplikasi Ekonomi Islam)* (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2025).

²⁸ Mona Novita dkk, *UMKM Bertumbuh Melalui Pentahelix Collaboration* (Jawa Timur: Wade Group, 2023).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Di penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan dalam bentuk narasi, gambar serta wawancara dengan partisipan di lapangan, bukan dalam bentuk angka atau data kuantitatif.¹ Sedangkan Penelitian lapangan (*field research*) merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait situasi sosial dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Peneliti berperan aktif dalam berinteraksi serta merasakan pengalaman yang dialami oleh partisipan atau masyarakat yang diteliti. Dengan cara ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi sosial, budaya serta dinamika kehidupan masyarakat di lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi yang akan dijadikan bahan penelitiannya itu di Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti) Kecamatan Terbanggi Besar, Kelurahan Poncowati.

¹ Conny Raco Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Keunggulan*, PT Grasindo (Jakarta, 2010), 9.

2. Sifat penelitian

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif. “Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.” yaitu dengan pertanyaan wawancara yang mendeskripsikan tentang informasi di lapangan untuk melengkapi hasil dari penelitian.²

B. Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 macam:

1. Sumber Data primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui pengukuran atau interaksi dengan sumber utama dalam penelitian.³ Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara yang dilakukan Pengelola Pasar, 8 Pedagang dan 5 Pengunjung. Peneliti menetapkan sebagai sampel. Teknik yang digunakan adalah *insidental sampling*, yakni pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Cet Ke-19 (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), 14-16.

³ Umar Sidiq, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 165.

lewat dokumen.⁴ Data sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, jurnal, dan internet yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, ekonomi lokal dan ekonomi islam. Data tambahan yang berkaitan dengan Pakmonti, seperti dokumentasi kegiatan pasar, informasi dari media massa maupun media sosial.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan informasi dalam penelitian yang dilakukan melalui tanya jawab antara pewawancara dan responden atau narasumber.⁵

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tersruktur. Wawancara tersruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan kepada pengelola Pakmonti yakni Bapak Yusron Harahap, Pedagang Cilok Bapak Agung, Kopi Bapak Arkian, Roti Ibu Intan serta Pengunjung Sumarni, Hartono dan Rina.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan

⁴ Sidiq, Choiri, and Mujahidin, *Metode Penelitian*, 165-166.

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, 137.

oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data berupa dokumentasi, seperti sejarah singkat dan informasi tentang aktivitas usaha pedagang di Pakmonti.

3. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan terhadap fakta-fakta yang dibutuhkan oleh peneliti.⁷ Metode observasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu peneliti terjun langsung ke pakmonti untuk berjualan serta mengamati kondisi sosial ekonomi di Pasar Kreatif Monumen Poncowati, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah.

D. Uji Keabsahan Data

Keabsahan dan kredibilitas data diuji melalui metode triangulasi, yaitu dengan memeriksa data dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik untuk memverifikasi data. Triangulasi teknik melibatkan pengecekan data dari sumber yang sama menggunakan metode yang berbeda, seperti membandingkan hasil wawancara dengan observasi atau dokumentasi.⁸

Untuk menguji kredibilitas data dalam penelitian mengenai analisis dampak keberadaan Pakmonti, dilakukan dengan memeriksa data dari sumber

⁶ Abubakar Rifa'i, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), 114.

⁷ *Ibid.*, 90.

⁸ Zuchri, *Metode Penelitian*, 156.

yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Langkah-langkah yang diambil meliputi: Membandingkan informasi yang diberikan oleh pedagang dan pengunjung di depan umum dengan pernyataan pribadi mereka, Membandingkan hasil wawancara dari berbagai pihak terkait dengan pasar, Membandingkan pandangan dan perspektif individu mengenai dampak pasar dengan berbagai pendapat yang ada.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah hasil penelitian untuk menarik kesimpulan dan menghasilkan informasi baru yang mudah dipahami. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang melibatkan penggambaran data dalam bentuk uraian serta penarikan kesimpulan dari fakta-fakta yang diperoleh melalui observasi. Peneliti menerapkan metode berpikir induktif, yaitu mulai dari data dan kasus khusus untuk mencapai kesimpulan yang bersifat umum.⁹

Analisis data di sini berarti mengorganisir secara sistematis hasil wawancara, menafsirkannya dan menghasilkan pemikiran, pendapat, teori atau gagasan baru yang disebut temuan atau (*findings*). Metode kualitatif menggunakan pendekatan induktif, yaitu memulai dari fakta dan gejala khusus yang diperoleh melalui observasi untuk membangun pola-pola umum. Induktif berarti berawal dari kasus spesifik menuju kesimpulan yang lebih umum.¹⁰

⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, 244.

¹⁰ *Ibid.*, 245.

Berdasarkan penjelasan tersebut dalam menganalisis data, peneliti akan memanfaatkan informasi yang dikumpulkan dari lapangan dalam bentuk uraian. Data tersebut akan dianalisis menggunakan pendekatan induktif, yang dimulai dari data dan fakta khusus mengenai dampak pakmonti terhadap ekonomi lokal, kemudian menghasilkan kesimpulan yang lebih umum.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Kreatif Monumen Poncowati

1. Sejarah Pakmonti

Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti) merupakan pasar komunitas yang hadir sebagai ruang aktivitas ekonomi, budaya serta interaksi sosial masyarakat di Desa Poncowati, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah. Kegiatan pasar ini dilaksanakan setiap hari Minggu pagi, mulai pukul 07.00 hingga 12.00 WIB di kawasan Monumen Poncowati. Keberadaan Pakmonti menjadi wujud nyata pemberdayaan masyarakat berbasis kreativitas dan partisipasi lokal.

Pakmonti didirikan atas inisiatif Ibu Nur Ngazizah dan Bapak Lystiawan, yang terinspirasi dari Pasar Kreatif Payungi di Kota Metro. Lalu mereka melihat potensi pengembangan ekonomi rakyat berbasis budaya lokal. Sebagai bagian dari persiapan pendirian pasar, tim inisiator melakukan studi banding ke Pasar Kreatif Payungi di Kota Metro. Kegiatan ini bertujuan untuk mempelajari sistem pengelolaan pasar komunitas, strategi pengembangan pelaku usaha kecil serta penerapan nilai-nilai gotong royong antar masyarakat.

Sepulang dari studi banding, para tokoh masyarakat bersama warga mengadakan musyawarah dan sepakat mendirikan pasar yang diberi nama Pakmonti. Penamaan ini merupakan singkatan dari “Pasar Kreatif Monumen Poncowati” yang bertujuan memperkuat identitas lokal.

Masyarakat setempat menyambut baik gagasan ini dengan melakukan kerja bakti membersihkan area sekitar monumen, membangun fasilitas seperti tempat duduk, panggung hiburan dan sarana pendukung lainnya yang menjadi awal berdirinya Pakmonti.

Pakmonti resmi beroperasi pertama kali pada tanggal 4 Juli 2021. Sistem pendaftarannya bersifat terbuka dan gratis sehingga seluruh warga yang memiliki niat untuk berwirausaha diberi kesempatan untuk berpartisipasi, asalkan bersedia mengikuti peraturan yang telah disepakati bersama. Namun, pada masa pandemi COVID-19 aktivitas pasar sempat terhenti sementara akibat pembatasan sosial dan baru dapat kembali beroperasi pada bulan Oktober 2021 dengan protokol kesehatan. Pasar kembali ditutup pada Januari 2022, namun setelahnya dapat beroperasi secara berkelanjutan hingga saat ini.

Dalam pelaksanaannya, Pakmonti dikelola oleh komunitas lokal tanpa struktur organisasi formal. Tim pengelola terdiri dari tokoh masyarakat dan warga yang secara sukarela mengatur berbagai aspek operasional pasar, mulai dari koordinasi lapak, promosi, dokumentasi, logistik hingga pengumpulan infaq dari para pedagang sebagai dana operasional. Prinsip gotong royong dan musyawarah menjadi landasan utama dalam pengelolaan pasar ini.¹

¹ Wawancara Kepada Bapak Yusron Ketua Pengelola di Pakmonti, 29 April 2025, 1.

Produk yang ditawarkan di Pakmonti didominasi oleh kuliner tradisional dan jajanan lokal. Berikut adalah data pelaku usaha beserta jenis produk yang ditawarkan di pasar Pakmonti:

Tabel 4.1
Data Pelaku usaha dan Jenis Produk Pakmonti

No Lapak	Nama Pelaku Usaha	Jenis Produk
1	Umar	Lontong Pecel
2	Tyas	Buryam dan Soto Betawi
3	Ibu Agus	Sayur dan Nasi Uduk
4	Umi	Kerupuk
5	Novi	Basreng dan Sosis Nuget
6	Rizky	Es Degan
7	Dody	Burger
8	Siti	Somay dan Pempek
9	Ispar	Somay
10	Hendra	Es Jeruk
11	Nasroh	Es The dan Bakso Malang
12	Arkian	Kopi
13	Nita	Sayur Matang
14	Eko	Mie Ayam
15	Yuli Naila	Tokoyaki
16	Wiji	Bakso Kuah
17	Mujiah	Mochi dan Aksesoris
18	Hani	Es Mojito
19	Cintya	Salad Buah dan Martabak
20	Septi	Es Jeruk dan Telur Gulung
21	Agung	Cilok
22	Intan	Kue
23	Mina	Sate Ayam dan Sapi

Sumber: Pakmonti Lampung Tengah

2. Visi dan Misi Pakmonti

a. Visi

Menjadi pasar yang berkembang, inovatif dan kreatif

b. Misi

Memberdayakan masyarakat melalui pengembangan usaha ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha.²

3. Struktur Pakmonti

Pasar Kreatif Monumen Poncowati memiliki struktur organisasi yang tersusun atas beberapa seksi yang menangani berbagai bidang. Pengurus dan anggota dalam masing-masing seksi tercantum pada tabel di bawah ini:³

Tabel 4.2
Seksi Pengurus

No	Nama	Jabatan
1	Yusron Nurhuda Harahap	Ketua Umum
2	Dodi	Ketua 1
3	Hertu Agus Triadi	Ketua 2
4	Hj. Susi Budi	Bendahara 1
5	Hj. Nur Wahyu	Bendahara 2
6	Hertu Ningtyas	Sekretaris

Tabel 4.3
Seksi Edukasi Perempuan dan Rumah Anak

No	Nama	Jabatan
1	Muniroh	Koordinator
2	Hj. Sumarni A	Anggota

² Wawancara Kepada Bapak Yusron Ketua Pengelola di Pakmonti, 29 April 2025, 2.

³ Wawancara Kepada Bapak Yusron Ketua Pengelola di Pakmonti, 29 April 2025, 3.

Tabel 4.4
Seksi Event, Hiburan dan Seni

No	Nama	Jabatan
1	Winarti	Koordinator
2	Nursidem	Anggota
3	Hj. Sumarni A	Anggota

Tabel 4.5
Seksi Rohani dan Pemberdayaan Masyarakat

No	Nama	Jabatan
1	Anton R	Koordinator
2	H. Kisnan	Anggota
3	H. Lysetiawan	Anggota
4	Hj. Nur Ngazizah	Anggota
5	Winarno	Anggota

Tabel 4.6
Seksi Perlengkapan

No	Nama	Jabatan
1	Hasniar	Koordinator
2	Iis Bola	Anggota
3	Purjiah	Anggota
4	Tio	Anggota
5	Daim	Anggota

Tabel 4.7
Seksi Inovasi dan Kreatif

No	Nama	Jabatan
1	Hj. Juli RE	Koordinator
2	Yiyin	Anggota

B. Dampak Keberadaan Pakmonti Terhadap Ekonomi Lokal

Pakmonti merupakan bentuk pasar berbasis komunitas yang memberikan dampak nyata terhadap kondisi ekonomi masyarakat lokal. Aktivitas yang berlangsung setiap akhir pekan ini tidak hanya mendorong perputaran ekonomi, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam aktivitas wirausaha, konsumsi produk lokal serta partisipasi warga dalam kegiatan ekonomi bersama.

Selain transaksi langsung di lapak, perputaran uang di tingkat desa juga meningkat karena sebagian besar pedagang membeli bahan baku di warung dan pasar pagi Poncowati. Pengelola menyampaikan bahwa:

“Kebanyakan pedagang beli bahan dari toko atau pasar pagi yang ada di desa. Jadi uang muter di sini saja, tidak keluar daerah.”⁴

Aktivitas di pakmonti menunjukkan bahwa keberadaan pasar ini memberikan dua sisi dampak ekonomi terhadap masyarakat, yakni dampak positif dan dampak negatif.

1. Dampak Positif

a. Kenaikan Omset Penjualan

Salah satu dampak paling nyata dari keberadaan Pakmonti adalah meningkatnya pendapatan para pedagang. Peningkatan ini tidak terjadi begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti penataan tempat yang tertib serta meningkatnya jumlah pengunjung setiap kali kegiatan pasar digelar. Kombinasi dari faktor ini membuat transaksi

⁴ Wawancara Kepada Bapak Yusron Ketua Pengelola di Pakmonti, 29 Juni 2025, 3.

jual beli lebih lancar, menarik perhatian pembeli dan mendorong terjadinya peningkatan omzet penjualan.

Menurut hasil wawancara Pak Rizky, seorang pedagang es degan beliau mengatakan bahwa:

“Kalau dulu jualan di rumah, paling cuma laku beberapa gelas. Tapi kalau di pakmonti bisa laku sampai 30 gelas, apalagi kalau cuaca panas. Bisa dapet sampai Rp 400.000 Ribu per penggelaran.”⁵

Omzet yang meningkat secara langsung berdampak pada kenaikan pendapatan. Dengan pendapatan yang lebih stabil, Pak Rizky mengaku bisa membeli bahan baku lebih banyak, menambah tempat penyimpanan dan memperbaiki tampilan lapak agar lebih menarik bagi pengunjung. Selain itu, hasil jualan juga digunakan untuk membantu kebutuhan sehari-hari, seperti belanja dapur dan tabungan keluarga.

Hal serupa juga dirasakan oleh Pak Eko, seorang pedagang mie ayam. Beliau menyampaikan bahwa sejak mengikuti kegiatan di pakmonti, penghasilannya jauh lebih stabil dan bisa dindalkan.

“Dulu buka di depan rumah, ya seadanya. Pembeli Cuma tetangga. Tapi di pakmonti bisa habis sampai 30 mangkok. Saya pernah bawa dua panci besar, alhamdulillah habis semua. Penghasilan kadang lebih dari Rp 450.000.”⁶

Peningkatan pendapatan ini menjadi cerminan dari adanya kenaikan omzet yang dipicu oleh pasar yang tertata dengan baik dan didukung oleh antusiasme pengunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar seperti Pakmonti memiliki peran penting dalam mendorong penguatan ekonomi keluarga.

⁵ Wawancara Kepada Bapak Rizky Pedagang Es Degan di Pakmonti, 29 Juni 2025.

⁶ Wawancara Kepada Bapak Eko Pedagang Mie Ayam di Pakmonti, 29 Juni 2025.

b. Penciptaan Tenaga Kerja

Selain memberikan peningkatan pendapatan, keberadaan Pakmonti juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru dan menumbuhkan semangat wirausaha (*entrepreneurship*) di kalangan masyarakat sekitar. Pasar ini terbuka untuk siapa saja yang ingin berjualan, terutama bagi pelaku usaha rumahan, anak muda maupun ibu rumah tangga yang memiliki minat dalam bidang kuliner, kerajinan, atau produk kreatif lainnya.

Adapun pedagang yang mengaku bahwa mereka sebelumnya belum pernah memiliki pengalaman berjualan secara langsung, namun karena adanya Pakmonti yang memberikan ruang terbuka, mereka terdorong untuk memulai usaha kecil-kecilan. Seorang pedagang mengatakan:

“Awalnya iseng bikin salad buah sama es buah gitu buat keluarga, terus ikut pakmonti. Ternyata banyak yang suka, jadi sekarang jualan tiap minggu.”⁷

Dengan demikian, pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat jual beli, tetapi juga sebagai wadah pengembangan kewirausahaan masyarakat. Selain pedagang, anak-anak muda desa terlibat sebagai penjaga parkir dan tim dokumentasi. Seorang pengunjung mengamati,

“Anak muda juga dapat kerja bantu parkir atau jaga stand. Bagus, ekonomi di desa ini jadi hidup karena ada mereka.”⁸

⁷ Wawancara Kepada Cintya Eko Pedagang Salad Buah di Pakmonti, 29 Juni 2025.

⁸ Wawancara Kepada Ibu Harjani Pengunjung di Pakmonti, 29 Juni 2025.

Keberadaannya membuka peluang ekonomi baru, mendorong munculnya pelaku usaha pemula dan menyerap tenaga kerja lokal, yang semuanya berkontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat sekitar.

c. Pemenuhan Kebutuhan Hidup

Keberhasilan para pedagang dalam memperoleh pendapatan dari aktivitas jual beli di pakmonti turut berdampak terhadap peningkatan kualitas hidup mereka. Penghasilan yang stabil dan meningkat membuat para pelaku usaha kecil memiliki kemampuan lebih dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan bergizi, biaya kesehatan hingga pendidikan anak.

Terdapat pedagang menyampaikan bahwa hasil jualan digunakan tidak hanya untuk kebutuhan harian, tetapi juga untuk membiayai sekolah anak dan keperluan kesehatan keluarga. Salah satu pedagang menyatakan:

“Alhamdulillah penghasilan lebih jelas, sekarang bisa rutin belanja kebutuhan rumah, beli susu buat anak saya yang kecil dan bisa sisihin buat bayar sekolah anak saya yang SMA.”⁹

Peningkatan pendapatan dari aktivitas berdagang tersebut memberikan dampak langsung pada pemenuhan kebutuhan pokok seperti gizi, kesehatan dan Pendidikan keluarga. Keberhasilan usaha turut memperkuat kesejahteraan rumah tangga pelaku usaha kecil yang berjualan di pakmonti.

⁹ Wawancara Kepada Ibu Siti Pedagang Pempek di Pakmonti, 29 Juni 2025.

2. Dampak Negatif

Meskipun Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti) memberikan banyak dampak positif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat, dalam praktiknya pasar ini juga menimbulkan beberapa dampak negatif yang perlu diperhatikan. Dampak-dampak ini muncul sebagai akibat langsung dari aktivitas pasar dan dapat berpengaruh terhadap kenyamanan, efektivitas pengelolaan serta keseimbangan ekonomi masyarakat jika tidak segera ditangani dengan baik. Berikut adalah tiga bentuk dampak negatif yang terlihat di lapangan:

a. Ketergantungan Ekonomi

Ketergantungan yang terlalu besar pada satu jenis kegiatan ekonomi dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam struktur ekonomi lokal. Di Pakmonti, sebagian masyarakat menjadikan aktivitas berdagang di pasar ini sebagai satu-satunya sumber penghasilan. Ketika jumlah pengunjung menurun atau kondisi cuaca kurang mendukung, pendapatan pun langsung berkurang dan memengaruhi kebutuhan sehari-hari.

“Kalau pengunjung lagi sepi, dagangan bisa nggak habis. Padahal nggak ada pemasukan lain, jadi ya agak berat buat nutup kebutuhan harian.”¹⁰

Kondisi ini menunjukkan bahwa mengandalkan satu aktivitas ekonomi saja membuat pelaku usaha rentan terhadap perubahan situasi. Gangguan dari luar, seperti persaingan, musim atau penurunan

¹⁰ Wawancara Kepada Ibu Nita Pedagang Sayur Matang di Pakmonti, 29 Juni 2025.

daya beli, dapat menghambat kelangsungan usaha. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki alternatif usaha lain agar kestabilan ekonomi keluarga tetap terjaga.

b. Ketimpangan Lokasi

Penataan dan penempatan stand pedagang di Pakmonti turut memengaruhi tingkat pendapatan mereka. Penempatan stand biasanya didasarkan pada hasil jualan sebelumnya dan potensi pasar dari produk yang dijual. Hal ini menyebabkan perbedaan jumlah pengunjung yang datang ke masing-masing stand.

Pedagang yang berada di bagian depan atau dekat dengan area pusat keramaian umumnya lebih ramai dikunjungi dibanding mereka yang menempati bagian pinggir atau belakang pasar.

“Saya jualan di ujung, agak jauh dari panggung. Jadi pengunjung banyak yang nggak sampai ke sini, beda sama yang di tengah, mereka lebih cepat habis dagangannya.”¹¹

Ketimpangan ini berdampak pada perbedaan omzet antar pedagang. Mereka yang berada di lokasi strategis memperoleh lebih banyak pembeli, sementara yang di bagian belakang harus berupaya lebih keras agar dagangannya terlihat. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mewujudkan pemerataan pendapatan di antara pelaku usaha pasar.

c. Persaingan Antar Pedagang

Persaingan yang kurang sehat antar pedagang menjadi salah satu tantangan yang muncul dalam kegiatan pasar di Pakmonti. Beberapa

¹¹ Wawancara Kepada Ibu Umi Pedagang Kerupuk di Pakmonti, 4 Mei 2025.

pedagang menawarkan produk yang sama dan menempati lokasi yang berdekatan, sehingga memicu persaingan langsung dalam hal harga. Kondisi ini tak jarang menimbulkan ketegangan karena sebagian pedagang merasa dirugikan oleh strategi banting harga dari pedagang lain.

“Saya jual es mojito, sebelah juga ada yang jual sama, tapi dia jual harga lebih murah dibanding tempat saya, terus kalau saya ikut murah, rugi. Kalau gak ikut, sepi yang beli.”¹²

Persaingan seperti ini seharusnya bisa diatasi dengan mendorong pedagang untuk memiliki strategi penjualan yang kreatif, misalnya dari sisi variasi produk, kemasan, atau pelayanan. Jika semua pedagang hanya fokus pada penurunan harga tanpa mempertimbangkan kualitas dan keberlangsungan usaha, maka suasana pasar menjadi tidak sehat dan merugikan banyak pihak.

C. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Analisis terhadap keberadaan pakmonti juga dapat dilihat melalui sudut pandang ekonomi Islam, khususnya dari tiga prinsip utama: etos kerja, distribusi kekayaan dan kemaslahatan masyarakat. Ketiga prinsip ini menjadi dasar dalam membangun sistem ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai keadilan, produktivitas dan manfaat sosial.

1. Etos Kerja

Etos kerja pelaku usaha di Pakmonti mencerminkan nilai-nilai kerja Islami yang tidak hanya menekankan produktivitas, tetapi juga

¹² Wawancara Kepada Hani Pedagang Es Mojito di Pakmonti, 29 Juni 2025.

dedikasi dan tanggung jawab. Banyak pedagang menunjukkan semangat bekerja keras dengan memulai aktivitas sejak dini hari, mengelola dagangan secara konsisten, dan tetap berjualan meskipun kondisi pasar kadang tidak menentu.

“Saya biasa bangun jam 4 subuh buat siapin bahan jualan. Harus disiplin, karena ini satu-satunya sumber penghasilan keluarga.”¹³

Berdasarkan temuan lapangan, beberapa ciri-ciri etos kerja dalam Islam tercermin dalam perilaku pedagang, antara lain:

a. Kecanduan terhadap waktu

Pedagang di Pakmonti sadar akan pentingnya waktu. Mereka memanfaatkan pagi hari untuk persiapan, membuka lapak lebih awal dan menutup dengan tertib. Ini mencerminkan sikap menghargai waktu sebagai bagian dari tanggung jawab kerja.

b. Moralitas yang bersih (ikhlas)

Mayoritas pedagang menjalankan usahanya dengan ikhlas, tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga untuk membantu ekonomi keluarga. Tidak ditemukan praktik menipu, curang, atau memaksakan harga yang tidak wajar.

c. Sikap kejujuran

Kejujuran menjadi landasan dalam interaksi dagang. Pedagang menjual produk sesuai kualitasnya dan menyampaikan informasi yang benar kepada pembeli. Kepercayaan antara pedagang dan konsumen menjadi modal sosial yang dijaga.

¹³ Wawancara Kepada Mina Pedagang Sate di Pakmonti, 29 Juni 2025.

d. Komitmen

Pedagang tetap berjualan meskipun cuaca kurang mendukung atau pengunjung sedang sepi. Ini menunjukkan adanya komitmen untuk menjaga kontinuitas usaha dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan.

e. Konsistensi (kuat pendirian)

Meski pasar hanya buka di akhir pekan, para pedagang tetap konsisten mempersiapkan usaha mereka. Beberapa bahkan mulai menyiapkan branding dan kemasan sendiri. Sikap ini menunjukkan ketekunan dan keberlanjutan usaha.

2. Distribusi Kekayaan

Dalam ekonomi Islam, distribusi kekayaan merupakan hal yang sangat penting. Kekayaan dipandang bukan sebagai milik mutlak individu, melainkan amanah dari Allah SWT yang harus dikelola dengan adil dan memberi manfaat bagi seluruh masyarakat. Prinsip ini menjadi relevan dalam konteks Pakmonti, terutama ketika melihat adanya perbedaan hasil pendapatan antar pedagang yang berkaitan erat dengan akses, posisi lapak, dan peluang pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, prinsip distribusi kekayaan dalam Islam tercermin melalui beberapa hal berikut:

a. Keadilan

Islam menekankan pentingnya distribusi yang adil, di mana setiap orang mendapatkan kesempatan sesuai kemampuannya. Namun, di

Pakmonti masih terjadi ketimpangan pendapatan akibat penempatan stand yang tidak merata. Pedagang yang berada di bagian depan pasar cenderung memperoleh pembeli lebih banyak dibanding mereka yang berada di bagian pinggir atau belakang.

Salah satu pengunjung menyadari bahwa di pakmonti memiliki kesenjangan pendapatan walaupun sama-sama meningkatkan tetapi yang lebih terdepan lebih banyak pengunjung.

“Kalau stand di ujung, pembeli agak sepi yang lewat. Termasuk saya, saya suka males jalan jauh-jauh kalo ada di depan saya beli aja yang di depan kalo gak ya yang di tengah itu cepat habis dagangannya.”¹⁴

Ketimpangan ini mencerminkan bahwa aspek keadilan dalam distribusi peluang ekonomi masih perlu diperbaiki, agar tidak hanya pedagang di posisi strategis yang mendapat keuntungan lebih besar.

b. Solidaritas Sosial

Meskipun terdapat ketimpangan posisi dan hasil penjualan, semangat kebersamaan dan saling bantu antarpedagang masih terlihat. Beberapa pedagang saling berbagi informasi pasar, saling meminjam peralatan atau membantu sesama saat kehabisan bahan. Sikap ini sejalan dengan prinsip solidaritas sosial dalam Islam yang mendorong persaudaraan dan kepedulian terhadap sesama.

c. Pemerataan

Prinsip pemerataan dalam Islam bertujuan agar semua orang mendapat kesempatan yang sama dalam mencari rezeki. Di Pakmonti,

¹⁴ Wawancara Kepada Rara Pengunjung di Pakmonti, 29 Juni 2025.

sebagian pedagang sudah merasakan manfaat pasar ini, tetapi ada juga yang belum mendapatkan hasil yang seimbang. Perbedaan lokasi lapak dan jumlah pengunjung ke setiap bagian pasar menjadi penyebab utamanya. Pengelola menegaskan komitmen pasar terhadap kejujuran dan keadilan.

“Gak boleh monopoli lapak, gak boleh tipu harga. Semua harus jujur dan saling bantu. kalau ada yang menyalahi, kami tegur”¹⁵

Salah satu pengunjung juga berbicara jujur terhadap minatnya dalam membeli makanan dan minuma yang ada di pakmonti.

“Saya biasanya beli di bagian tengah, karena yang di sana kelihatan lebih lengkap. Bagian ujung kadang nggak saya lewati karena jalurnya agak sempit.”¹⁶

3. Kemaslahatan Masyarakat

Kemaslahatan dalam ekonomi Islam berarti bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat secara luas. Prinsip ini terlihat di Pakmonti, yang tidak hanya menjadi tempat jual beli, tetapi juga ruang berkumpulnya masyarakat dari berbagai kalangan.

“Kalau ke sini bukan cuma belanja, tapi sekalian kumpul ajak anak makan jajan terus cari hiburan aja sih, ajak ibu, ayah dan suami jadi ramai dan bermanfaat.”¹⁷

Seluruh aktivitas di pasar ini dilakukan secara langsung dan terbuka, tanpa riba serta menggunakan barang nyata. Pedagang dan

¹⁵ Wawancara Kepada Anissa Pengunjung di Pakmonti, 29 Juni 2025.

¹⁶ Wawancara Kepada Bapak Maryadi Pengunjung di Pakmonti, 29 Juni 2025.

¹⁷ Wawancara Kepada Ibu Sumarni Pengunjung di Pakmonti, 4 Mei 2025.

pembeli saling berinteraksi secara jujur, sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam. Selain itu, Pakmonti mendukung peran UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal. Usaha kecil yang tumbuh di pasar ini memberi manfaat tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga masyarakat sekitar. Dengan demikian, pasar ini telah mencerminkan kemaslahatan sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti) membawa dampak yang nyata terhadap penguatan ekonomi lokal di Desa Poncowati, Kecamatan Terbanggi Besar. Dampak tersebut tercermin melalui peningkatan pendapatan para pedagang, munculnya peluang usaha bagi masyarakat, terutama ibu rumah tangga dan pemuda serta terbukanya lapangan kerja di sektor informal.

Pakmonti juga mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan, memperkuat hubungan sosial masyarakat dan menjadi sarana promosi budaya serta produk lokal. Dari sudut pandang ekonomi Islam, aktivitas ekonomi di Pakmonti mencerminkan prinsip-prinsip seperti etos kerja, distribusi kekayaan yang adil dan kemaslahatan masyarakat secara menyeluruh. Secara keseluruhan, Pakmonti tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan masyarakat yang berdampak luas terhadap kesejahteraan ekonomi dan sosial.

B. Saran

1. Kepada Pemerintah dan Pengelola Pasar

Pengelolaan Pakmonti dapat terus dikembangkan dengan memperkuat program pembinaan pelaku usaha, memperluas jangkauan promosi melalui media sosial, serta menjaga konsistensi penyelenggaraan pasar agar manfaatnya semakin meluas bagi masyarakat.

2. Kepada Pelaku Usaha dan Konsumen

Pelaku usaha diharapkan terus menjaga kualitas produk dan pelayanan, serta memanfaatkan kesempatan ini sebagai ruang belajar dan tumbuh bersama. Masyarakat sebagai konsumen diharapkan tetap mendukung kegiatan pasar sebagai bagian dari gerakan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, ANWAR. *Bung Hatta Dan Ekonomi Islam*. Edited by Anwar Abbas 2019. Jakarta, 2010.
- Adiwidjaja, Ignatius. *Kebijakan Pembangunan Ekonomi Kajian Sektor Publik, Lokal, Nasional Dan Regional*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2019.
- Amrizal, Dedi. *Administrasi Dan Politik Perpajakan*. Medan: Umsu Press, 2025.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Wajiz*, n.d.
- Chakim, Mochamad Heru Riza. *Ekonomi Pembangunan Islam*. Jawa Timur: Duta Sains Indonesia, 2021.
- Chusumastuti, Dhety, and dkk. *Konsep Ekonomi Kreatif*. Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024.
- Conny Raco Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Keunggulan*. PT Grasindo. Jakarta, 2010.
- Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah*. Bandung: Penerbit Diponegoro, 2010.
- Dkk, Abdul Aziz. *Teori Dan Konsep Pemikiran Ekonomi Islam*. Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2020.
- Dkk, Feri Irawan. *Ekonomi Syariah (Teori Dan Aplikasi Ekonomi Islam)*. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2025.
- Dkk, Robertus Adi Sarjono Owon. *Pengantar Ilmu Pendidikan Teori Dan Inovasi Peningkatan SDM*. Jawa Barat: Widina Media Utama, 2024.
- Fauziah, Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan." *JKMP* Vol. 2 (2023).
- Felia, Maghfira. "Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Lokal Dalam Meningkatkan Serapan Tenaga Kerja Serta Pendapatan Penduduk Lokal Perspektif Ekonomi Islam," 2023.
- Himan, Muhammad Niel El. *Skema Program Dan Inkubasi Bekup Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Surakarta: Baparekraf For Startup, 2024.
- Huda, Rojaul. "Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata Di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga." *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11, no. 2 (2020).

- Jumanah, Nata Sanjaya, Ipah Mulyani. “Analisis Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional.” *Administrasi* Vol. 3 (2022).
- Kartini, Meithiana Indrasari dan Ida Ayu Nuh. *Karakteristik Sumber Daya Manusia Era Digital*. Jawa Timur: Zifatma Jawara, 2021.
- KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)*. diakses pada Desember 2024, n.d.
- Kusumowidagdo, Astrid, and dkk. *Strategi Kebijakan : Pasar Kreatif Pada Kawasan Wisata Indonesia*. Surabaya: Universitas Ciputra, 2024.
- Londa, Femy M.G. Tulusan dan Very Y. “Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa.” *LPPM Bidang EkoSosBudKum* Vol. 1 (2022).
- Mangkoesoebroto, Gurito. *Ekonomi Publik*. Edisi 3. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2020.
- Maulana, Azka Farhan. “Strategi Penguatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Bernilai Kearifan Lokal Di Pasar Payungi Yosomulyo Kota Metro” 9 (2022): 356–63.
- Mere, Klemens, Muhammad Hery Santoso, Herni Utami Rahmawati, and Muhammad Ade Kurnia Harahap. “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal.” *Communnity Development Journal* 4, no. 6 (2023): 12324–29.
- Mona Novita dkk. *UMKM Bertumbuh Melalui Penthahelix Collaboration*. Jawa Timur: Wade Group, 2023.
- Ni, Anom Pancawati Putu Luh, and Widaswara Yulita Rieka. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2023): 166–78.
- Nikmah, Khoirotun. “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat Kampung Tempe Di Kelurahan Jogotrunan Kabupaten Lumajang,” 2020, 1–101.
- Rahma, Hania. *Acuan Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Kota Dan Kabupaten*. Direktorat Jendral Cipta Karya, 2012.
- Ratna, Paramita Daniar Wijayan, Noviansyah Rizal, Riza Bakhar Sulistyan, Muchamad Taufiq, and Muhaimin Dimyati. *Manajemen Industri Kreatif - Bahan Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021.

- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, and dkk. *Manajemen Industri Kreatif*. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2024.
- Rifa'i, Abubakar. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Sebayang, Astina Frida. *Ekonomi Regional*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2024.
- Sidiq, Umar, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Sofyan, Mohsammad. *Pengembangan Sektor Unggulan Pendukung Perluasan Kesempatan Kerja Di Provinsi Jawa Tengah*. Jawa Timur: CV Odis, 2021.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.
- Syah, Amirul. *Etos Kerja Dan Kepemimpinan Islam*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2021.
- Wurarah, Rully, Yudi Siyamto, Ary Subiyantoro, Syafruddin, Andre Suryaningprang, Suprianto, Binar Dwiyanto Pamungkas, and Trie Hierdawati. *Ekonomi Pembangunan*. Batam: CV. Rey Media Grafika, 2022.
- Zuchri, Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Rapanna Patta. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Website www.metrouniv.ac.id e-mail iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2736/In.28.3/D.1/TL.00/9/2024

Metro, 26 September 2024

Lampiran : -

Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth,
Siti Zulaikha, S.Ag., M.H. (Dosen Pembimbing Skripsi)

Di-

Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Ragyl Ayu Sari

NPM : 2103011076

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)

Judul : Analisis Dampak Keberadaan Pasar Kreatif Monumen Poncowati
Terhadap Ekonomi Lokal

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan $\pm$ 1/6 bagian
 - b. Isi $\pm$ 2/3 bagian
 - c. Penutup $\pm$ 1/6 bagian

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF MONUMEN
PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL

A. WAWANCARA

1. Wawancara dengan Pengelola Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti)
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Pakmonti?
 - b. Visi dan misi dari Pakmonti dalam mendukung ekonomi lokal?
 - c. Bagaimana sistem pengelolaan Pakmonti?
 - d. Bagaimana pedagang dapat bergabung dan berjualan di Pakmonti?
 - e. Apa langkah-langkah yang dilakukan Pakmonti dalam mengelola pasar dan meningkatkan aktivitas ekonomi di dalamnya?
 - f. Bagaimana cara Pakmonti mengatur pasar agar tetap berjalan dengan baik dan menarik minat pengunjung?
 - g. Bagaimana dampak keberadaan Pakmonti terhadap peningkatan ekonomi lokal?
 - h. Apa tantangan terbesar dalam mengelola pasar ini?
 - i. Bagaimana rencana pengembangan Pakmonti ke depan?
2. Wawancara dengan Pedagang di Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti)
 - a. Sejak kapan Bapak/Ibu mulai berdagang di Pakmonti?
 - b. Produk apa yang Bapak/Ibu jual?
 - c. Apa alasan Bapak/Ibu berjualan di Pakmonti?
 - d. Bagaimana peningkatan pendapatan Bapak/Ibu sesudah berdagang di Pakmonti?
 - e. Bagaimana cara Bapak/Ibu menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing di Pakmonti?
 - f. Apa strategi Bapak/Ibu yang digunakan dalam memasarkan produk?
 - g. Bagaimana Bapak/Ibu menyesuaikan produk dengan tren pasar?
 - h. Apa kendala dalam berjualan, dan bagaimana cara mengatasinya?

3. Wawancara dengan Pengunjung di Pasar Kreatif Monumen Poncowati (Pakmonti)

- a. Apa yang membuat Bapak/Ibu kembali ke Pakmonti?
- b. Produk atau layanan apa yang paling menarik Bapak/Ibu?
- c. Bagaimana pengalaman berbelanja di Pakmonti dibandingkan tempat lain?
- d. Apa yang membedakan Pakmonti dari pasar lainnya?
- e. Apakah Bapak/Ibu melihat inovasi atau keunikan di Pakmonti?
- f. Apakah Pakmonti hanya bagian dari ekonomi lokal atau turut mengembangkannya?
- g. Apakah ada perubahan ekonomi atau peluang usaha sejak adanya Pakmonti?
- h. Sejauh mana Pakmonti bermanfaat bagi masyarakat sekitar?

B. DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Aktivitas Pasar
2. Dokumentasi Proses Wawancara dengan Responden

Mengetahui
Dosen Pembimbing,


Dr. Siti Zulfaiha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Metro, 25 Maret 2025
Mahasiswa Ybs,


Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

OUTLINE

ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

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. Ekonomi Kreatif
 - 1. Pengertian Ekonomi Kreatif
 - 2. Subsektor Ekonomi Kreatif
 - 3. Pasar Kreatif
 - 4. Ekonomi Lokal
 - 5. Sasaran dan Tujuan Pengembangan Ekonomi Lokal
- B. Dampak Ekonomi
 - 1. Pengertian Dampak Ekonomi
 - a. Dampak Ekonomi Positif
 - b. Dampak Ekonomi Negatif

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Pasar Kreatif Monumen Poncowati
- B. Dampak Pasar Kreatif Monumen Poncowati Terhadap Ekonomi Lokal
- C. Tantangan dan Kendala dalam Pengembangan Pasar Kreatif Monumen Poncowati
- D. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Dosen Pembimbing,


Dr. Siti Zulfikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Metro, 25 Maret 2025
Mahasiswa Ybs,


Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



**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.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0613/In.28/D.1/TL.00/04/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
**PENGELOLA PASAR KREATIF
MONUMEN PONCOWATI**
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0614/In.28/D.1/TL.01/04/2025,
tanggal 30 April 2025 atas nama saudara:

Nama : **RAGYL AYU SARI**
NPM : 2103011076
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PENGELOLA PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 30 April 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**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

SURAT TUGAS

Nomor: B-0614/In.28/D.1/TL.01/04/2025

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

Nama : RAGYL AYU SARI
NPM : 2103011076
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI TERHADAP EKONOMI LOKAL".
 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.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


HERU AGUS TRIADI

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 30 April 2025

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PASAR KREATIF MONUMEN PONCOWATI
Jl. Masjid Dusun Baruno 2, Poncowati Kecamatan Terbanggi Besar,
Lampung Tengah, Lampung Kode Pos 34165

Kepada Yth,
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan IAIN Metro
Di

Tempat

Dengan Hormat,

Schubungan dengan surat izin Research di Pasar Kreatif Monumen Poncowati yang di
sampaikan kepada kami oleh mahasiwa/mahasiswi atas nama:

Nama : Ragyl Ayu Sari

Npm : 2103011076

Semester : 8 (Delapan)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiwa/mahasiswi tersebut diatas untuk
melakukan kegiatan tersebut di Pasar Kreatif Monumen Poncowati, Kec.Terbanggi
Besar, Kab, Lampung Tengah.

Demikian surat balasan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Poncowati, 4 Mei 2025
Setua Pakmonti,

Yusron Nurhuda Harahap





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47295 Website: digilib.metrouniv.ac.id, perpustakaan@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-393/In.28/S/U.1/OT.01/06/2025

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa

Nama : RAGYL AYU SARI
NPM : 2103011076
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103011076

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya

Metro, 04 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,

Aan Guroni, S I Pust
NIR 19930428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
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 : Ragyl Ayu Sari
NPM : 2103011076
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Dampak Pasar Kreatif Monumen Poncowati Terhadap Ekonomi Lokal** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telpun (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metro.univ.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	22 / 04 2025	acc APP dan outline acc bab I - III lanjutkan penulisan bab IV	
	15 / 05 2025	hasil wawancara belum sepenuhnya menggunakan APP → masih ada yg belum terjawab. - Tidak disarankan / tidak boleh menggunakan kata / kalimat singkat di simpulan dalam bab IV karena kesimpulan ada di bab V - Deskripsi proses dan tahapan berdasarkan hasil wawancara → di akhir	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



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

Jalan KJ. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telpn (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari
NPM : 2103011076

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15 / 2025 05	Meeting. meeting file (B+C) sudah baru pembahasan berdasarkan bab II! Analisis ekonomi → kurang mendalam di .. sudah ada atau belum / fakta sudah dan teori seperti apa?	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	17 / 25 / 03	Bimbingan Outline dan Apd - menggabungkan pertanyaan untuk pengelola - Wawancara dengan Pedagang yang perbandingan diganti peningkatan - untuk yan E dan F dijadikan pertanyaan tentang Strategi.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telpn (0725) 41607; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	5 / 2025 06	- Terlalu banyak Narasi - Ketika berbicara dampak pasar Kreatif, dibuat Sub bab Saga. - Jangan banyak kalimat berulang - Tidak Fokus memberikan deskripsinya loncat-loncat. disini berbicara dampak belum Selesai langsung bicara yang lain. - Harus Sistematis - Ekonomi Islamnya Jangan hanya prinsip - Prinsip Saga. Ekonomi Islam yg berhubungan dengan pendapatan, munculkan. Sehingga analisis Perspektif Islamnya disana	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Bingsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telpn (0725) 41907; Faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari
NPM : 2103011076

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15 / 2025 05	Meeting. meeting ke (B+C) sedang baru pembahasan berdasarkan kebab II! Analisis ekonomi → kurang mendalam sedangkan aspek keuangan/fakta sosial dan lain seperti apa?	

Dosen Pembimbing

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

Mahasiswa

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076



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

Jalan KJ. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulya Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telpn (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15 / 2025 05	Meeting. meeting ke (B+C) sedang baru pembahasan berdasarkan ke II! Analisis ekonomi → kurang mendalam Sedangkan aspek hukum/fakta sosial dan lain seperti apa?	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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

Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari
NPM : 2103011076

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	12 / 2025 06	hal 53 → tntingan itu dari mana ya? - Upaya Mandiri dari Masyarakat disatukan ke Promosi Saga - Potensi pengembangan dan Replikasi Model Pasar diganti Saga, potensinya menjadi Perlunya Pengembangan. - Kesimpulan tidak usah banyak-banyak Intinya Saga - Penulisan kata Kepada masyarakat dan Pelaku Usaha diganti kepada pelaku Usaha dan Konsumen dibagian Saran.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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


Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEB/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	13/05/25	Sistematika kumbaring di pabte lihat pedoman exp → A₁ a₁ 1) 2) Acc Bob IV - V berfungsi umur = 70	
	17/06/2025	Acc di munagaskan segera submit dan di persiapkan di bwh	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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


Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Ragyl Ayu Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 2103011076

Semester/TA : VIII/2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	5 / 2025 06	- Terlalu banyak Narasi - ketika berbicara dampak pasar kreatif, dibuat Sub bab Saga. - Jangan banyak kalimat berulang - Tidak fokus memberikan deskripsinya loncat-loncat. disini berbicara dampak belum selesai langsung bicara yang lain. - Harus Sistematis - Ekonomi Islamnya Jangan hanya prinsip - Prinsip Saga, Ekonomi Islam yg berhubungan dengan pendapatan, munculkan. Sehingga analisis Perspektif Islamnya disini	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

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


Ragyl Ayu Sari
NPM. 2103011076

FOTO DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti yang Bernama Ragyl Ayu Sari lahir di Yukum Jaya, 27 Juli 2002. Peneliti adalah anak terakhir dari Alm. Bapak Karlan dan Ibu Kuryati. Peneliti telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2, Yukum Jaya pada tahun 2015, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Terbanggi Besar pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas (SMAN) 1 Terbanggi Besar dan lulus pada tahun 2021, kemudian setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, diterima melalui UM-PTKIN program studi Ekonomi Syariah (Esy) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)