

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pasar rakyat memiliki peranan strategis dalam menopang aktivitas ekonomi masyarakat dan memperkuat struktur ekonomi daerah. Keberadaannya menjadi tempat bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menawarkan produk serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Fungsi pasar sebagai penyedia kebutuhan masyarakat berpengaruh secara langsung untuk mengurangi angka kemiskinan dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian nasional.²

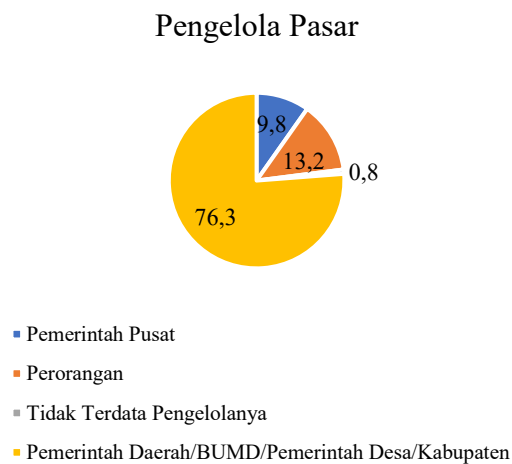
Menurut Pameling, et al. dalam jurnalnya Dhiva Agil Danuarata et al., perkembangan platform *e-commerce* dan pasar modern seperti Alfamart, Indomaret, Minimarket dan Supermarket membawa dampak signifikan terhadap keberlangsungan pasar rakyat. Konsumen kini lebih tertarik pada ritel modern karena menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan pelayanan yang lebih baik. Generasi muda mayoritas lebih memilih belanja melalui daring seperti Shopee, Lazada, TikTok Shop, dan *e-commerce* lainnya. Perubahan pola konsumsi tersebut menyebabkan eksistensi pasar rakyat semakin terancam karena kurang mampu bersaing dari segi kenyamanan, pelayanan, dan

² Hempri Suyatno, et. al., *Demokrasi Ekonomi di Pasar Rakyat*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2023), 11.

manajemen pengelolaan, yang akhirnya berdampak pada penurunan kunjungan masyarakat ke pasar rakyat.³

Dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern diperlukan manajemen pengelolaan yang baik. Aspek manajemen pasar rakyat mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Setiap aspek tersebut menuntut tata kelola yang profesional serta kolaborasi antara pemerintah daerah, pengelola pasar, dan para pedagang.⁴ Dengan demikian, sangat penting bagi pengelola pasar rakyat untuk melakukan pengelolaan secara efektif dan efisien.

Gambar 1. 1 Pengelola Pasar di Indonesia



Sumber: Satu Data Perdagangan Tahun 2024

³ Dhiva Agil Danuarata, et. al., “Strategi Revitalisasi Pasar Tradisional dalam Upaya Pemberdayaan Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang”, *Jurnal Respon Publik*, Vol. 19 (5), Tahun 2025, 30.

⁴ Agus Karjuni, et. al., “Pengelolaan Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah”, *Jurnal Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5 (1), Tahun 2024, 108.

Menurut Satu Data Perdagangan, jumlah pengelola pasar pada tahun 2024 masih dikuasai oleh Pemerintah Daerah. Dari diagram lingkaran (*Pie chart*) di atas dapat dilihat bahwa 76,3% pasar dikelola oleh pemerintah daerah/BUMN/pemerintah desa/pemerintah kabupaten/kota, 13,2% dikelola oleh perorangan, 9,8% dikelola oleh pemerintah pusat, dan 0,8% pasar tidak ada/ tidak diketahui pengelolanya. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar paling banyak dikelola oleh pemerintah daerah/BUMD/pemerintah desa/pemerintah kabupaten/kota yaitu sebanyak 76,3%. Hal ini berarti sebagian besar pasar di Indonesia masih berada di bawah kendali pemerintah daerah, dan menunjukkan peran besar pemerintah dalam pengelolaan fasilitas perdagangan tradisional (Pasar rakyat).⁵

Meskipun teori manajemen klasik yang dikemukakan oleh George R. Terry dan Henry Fayol dalam bukunya M. Yusuf, et al., menegaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi dipengaruhi oleh fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan,⁶ namun teori tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengakomodasi nilai-nilai syariah dalam pengelolaan pasar rakyat. Sementara itu, pengelolaan pasar rakyat tidak hanya membutuhkan efektivitas manajerial, tetapi juga memerlukan penerapan nilai kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan kemaslahatan (*maslahah*) agar mampu menciptakan tata kelola pasar yang berkelanjutan dan berkeadilan.

⁵ Satu Data Perdagangan, *Diagram Jumlah Pengelola Pasar Tahun 2024 Di Indonesia*, <https://satudata.kemendag.go.id/data-informasi/perdagangan-dalam-negeri/pasar>, diakses pada 3 November 2025.

⁶ M. Yusuf, et al., *Teori Manajemen*, (Sumatra Barat: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim, 2023), 20.

Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai pengelolaan pasar rakyat yang tidak hanya ditinjau dari fungsi manajemen konvensional, tetapi juga dari perspektif manajemen bisnis syariah.

Perusahaan Umum Daerah Pasar (PERUMDA) adalah BUMD yang mengelola pasar rakyat untuk mendukung perekonomian daerah. Perumda Pasar diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Lamongan Nomor 9 Tahun 2019 tentang perubahan nama yang awalnya Perusahaan Daerah Kabupaten Lamongan, berubah menjadi Perusahaan Umum Daerah Pasar. Perumda Pasar memegang tanggung jawab penting dalam membina, mengelola, dan mengembangkan pasar rakyat.⁷

Kabupaten Lamongan memiliki tiga pasar rakyat terbesar yang dikelola langsung oleh UPT Pasar dibawah pengawasan Perusahaan Umum Daerah Pasar Kabupaten Lamongan, yaitu Pasar Babat, Pasar Belimbing, dan Pasar Sidoharjo, yang berperan penting sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Pasar Sidoharjo merupakan pasar dengan jumlah kios/los sebanyak 1.835 unit, dengan luas tanah 12.200 m² dan luas bangunan 10.689 m². Pasar Belimbing memiliki total 607 unit kios/los dengan luas tanah 8.120 m² dan luas bangunan 3.886 m². Sementara itu, Pasar Babat memiliki total 1.893 unit kios/los, dengan luas tanah 18.933 m² dan luas bangunan mencapai 22.460 m².⁸

Peneliti merasa tertarik dan kagum terhadap Pasar Babat karena merupakan salah satu pasar rakyat terbesar di Kabupaten Lamongan yang

⁷ Perusahaan Umum Daerah Pasar Kabupaten Lamongan, “*Profil Perumda Pasar Kabupaten Lamongan*”, pdpasar.lamongankab.go.id, diakses pada 30 Maret 2026.

⁸ Perusahaan Umum Daerah Pasar Kabupaten Lamongan, “*Luas Pasar Terbesar di Kabupaten Lamongan*”.

memiliki luas bangunan mencapai 22.460 m² serta jumlah pedagang mencapai 2.224 orang yang tersebar di berbagai blok pasar. Hal ini terlihat dari data Pasar Babat yang didapatkan peneliti ketika melakukan observasi di Kantor UPT Pasar Babat sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Pedagang Pasar Babat

No	Bagian Pasar Babat	Jumlah Pedagang
1.	Pasar Induk	754
2.	Pasar Buah	109
3.	Pasar Ikan	552
4.	Pasar di Ex. Terminal Utara	169
5.	Pasar di Ex. Terminal Selatan	425
6.	Pasar di Jalan Kartini	184
7.	28 Stand di bagian Selatan	28
8.	3 Ruko di bagian Selatan	3
Total		2.224

Sumber: Dokumen Arsip UPT Pasar Babat Tahun 2025

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Pasar Babat terbagi menjadi 8 blok yaitu, pasar induk, pasar buah, pasar ikan, pasar ex. terminal utara, pasar ex. terminal selatan, pasar di jalan kartini, serta 28 dan 3 ruko di bagian selatan. Total keseluruhan pedagang di pasar babat sejumlah 2.224 pedagang dengan pedagang terbanyak berada di pasar induk dan jumlah pedagang paling sedikit berada di bagian selatan.⁹

⁹ UPT Pasar Babat Lamongan, “*Profil Pasar Babat-Lamongan*”.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa Pasar Babat tidak hanya unggul dari segi fisik dan kapasitas bangunan, tetapi juga dari jumlah pedagang yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari hasil observasi peneliti, dimana pasar babat masih banyak pedagang yang berjualan dan aktivitas jual-belinya masih cukup tinggi dibagian kios sayur, buah-buahan, daging, ikan dan sebagainya dibandingkan pasar disekitarnya. Oleh karena itu, Pasar Babat menjadi lokasi yang relevan dan strategis untuk dikaji dalam penelitian ini.¹⁰

Namun, di balik besarnya potensi tersebut, sebagian pedagang khususnya pedagang pakaian, hijab, sandal/sepatu, sembako, dan peralatan rumah tangga mengalami penurunan pendapatan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih ke *e-commerce* dan ritel modern.¹¹ Selain itu, masih ditemukan permasalahan terkait penataan kios/los yang belum optimal dan komunikasi antara pengelola dengan pedagang yang belum berjalan secara interaktif. Kondisi tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai bagaimana manajemen pengelolaa pasar dilakukan dalam meningkatkan pendapatan pedagang.¹²

Penerapan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah dapat menjadi alternatif solusi dalam memperbaiki tata kelola pasar rakyat. Prinsip kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*amanah*), serta kemaslahatan (*maslahah*) berpotensi membangun lingkungan bisnis yang etis dan berkeadilan sosial. Integrasi nilai-nilai syariah dalam pengelolaan pasar tidak

¹⁰ Observasi Pasar Babat Kabupaten Lamongan Tanggal 7 Februari 2026 Pukul 07.00 WIB.

¹¹ Observasi Didukung Wawancara Singkat Pedagang Pasar Babat Kabupaten Lamongan. Tanggal 7 Februari 2026 Pukul 08.00 WIB.

¹² Observasi Pasar Babat Kabupaten Lamongan Tanggal 7 Februari 2026 Pukul 08.00 WIB.

hanya menumbuhkan kepercayaan antara pedagang dan konsumen, tetapi juga menciptakan iklim usaha yang berorientasi pada keberkahan dan keberlanjutan.¹³

Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, sebagian pedagang telah menerapkan nilai kejujuran dan amanah dalam berdagang. Namun, mereka belum mengetahui secara terstruktur terkait etika bisnis islam, oleh karena itu perlu adanya analisis lebih mendalam mengenai bagaimana manajemen pengelolaan pasar rakyat dapat ditingkatkan sesuai prinsip syariah guna mendorong peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Babat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Danuarata et al. yang terfokus pada revitalisasi fisik pasar untuk meningkatkan kenyamanan, daya tarik pasar, dan pemberdayaan pedagang di Pasar Oro-oro Dowo Kota Malang.¹⁴ Serta penelitian yang dilakukan oleh Setyowati yang juga terfokus pada revitalisasi fisik pasar untuk meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Simongan Kota Semarang.¹⁵ Dapat diketahui bahwa masih minim penelitian yang mengkaji pengelolaan pasar rakyat dalam perspektif manajemen bisnis syariah, khususnya di wilayah Kabupaten Lamongan. *Gap* ini menunjukkan perlunya penelitian yang tidak hanya menilai kinerja manajerial, tetapi juga menelaah penerapan prinsip-prinsip syariah (*shidq, 'adl, amanah, maslahah*)

¹³ Ayada Ulufal Qolbi, et. all., “Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional di Indonesia”, *Jurnal Sahmiyyah*, Vol. 2 (1), Tahun 2023, 27.

¹⁴ Ibid, Danuarata, Strategi Revitalisasi Pasar Tradisional, 30-37.

¹⁵ Diyah Setyowati, “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Sesudah Program Revitalisasi Pasar Rakyat Simongan di Kota Semarang”, *Indicators: Journal of Economic and Business*, 2 (1), tahun 2021, 17-29.

dalam praktik pengelolaan pasar untuk menciptakan tata kelola yang lebih etis dan berkeadilan sosial.

Dari kajian di atas, peneliti akhirnya memilih topik ini karena pasar rakyat berperan penting bagi UMKM yang saat ini sedang menghadapi tantangan besar akibat lemahnya pengelolaan dan kurangnya penerapan prinsip manajemen syariah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai kondisi manajemen pasar rakyat Babat, sejauh mana prinsip manajemen bisnis syariah diterapkan dalam praktik pengelolaan pasar Babat, bagaimana pengorganisasian dan pengawasan yang dilakukan oleh pengelola pasar serta pengaruh manajemen pengelolaan pasar rakyat terhadap pendapatan pedagang di Pasar Babat. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah daerah dalam memperkuat daya saing pasar rakyat tanpa meninggalkan nilai-nilai etika dan keadilan sosial.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas, maka penelitian ini difokuskan pada manajemen pasar rakyat dalam perspektif manajemen bisnis syariah: studi kasus di Pasar Rakyat Babat Kabupaten Lamongan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah?
2. Bagaimana pengorganisasian pengelola Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah?

3. Bagaimana pelaksanaan Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah?
4. Bagaimana pengawasan dan evaluasi Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dalam rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah.
2. Untuk mendeskripsikan pengorganisasian pengelola Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah.
3. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah.
4. Untuk mendeskripsikan pengawasan dan evaluasi Pasar Babat dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis syariah, khususnya pada konteks pengelolaan pasar rakyat. Hasil penelitian ini bisa menjadi

referensi untuk akademisi dan peneliti lainnya dalam mengembangkan teori manajemen berbasis nilai-nilai syariah seperti kejujuran, tanggung jawab dan keadilan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai penerapan prinsip syariah dalam sektor publik dan ekonomi kerakyatan, yang selama ini masih terbatas pembahasannya dalam studi manajemen

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi beberapa pihak yang terlibat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Bagi Pengelola Pasar Babat

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menyusun strategi pengelolaan pasar yang lebih efektif dan berkelanjutan, serta dalam pengambilan kebijakan terkait pengembangan pasar rakyat kedepannya.

b. Bagi Pedagang Pasar Babat

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menerapkan etika bisnis syariah (kejujuran, keadilan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama) dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menambah Khazanah keilmuan khususnya bidang manajemen Pasar Rakyat dan Manajemen Bisnis

Syariah serta dapat dijadikan bahan referensi untuk pengembangan kajian akademik yang relevan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan dalam penelitian sejenis.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini serta memahami pokok pembahasannya, penulis menjelaskan pengertian dari judul “Manajemen Pasar Rakyat Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Di Pasar Rakyat Babat-Lamongan)” sebagai berikut.

1. Definisi Secara Konseptual

a. Manajemen

Untuk mengoptimalkan kinerja suatu pasar, diperlukan sistem pengelolaan yang efektif dan maksimal. Menurut Solehudin et al, Manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis modern. Kegiatan ini mencakup proses merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan/melaksanakan, serta mengendalikan seluruh sumber daya yang dimiliki agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif. Pemahaman yang baik mengenai prinsip dasar manajemen membantu pemimpin dalam mengambil keputusan yang cerdas dan relevan terhadap perubahan serta dinamika kompleks

yang terjadi di lingkungan bisnis saat ini.¹⁶ Manajemen ini merujuk pada seluruh proses baik perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan/pelaksanaan, pengawasan ataupun pengendalian operasional Pasar Rakyat Babat-Lamongan.

b. Pasar Rakyat

Pasar rakyat adalah bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia yang bukan hanya berfungsi sebagai pusat transaksi ekonomi, namun juga mencerminkan nilai budaya dan interaksi sosial. Dikelola oleh pemerintah atau lembaga tertentu, pasar ini menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat serta menjadi tempat bersosialisasi. Karena itu, manajemen yang efisien diperlukan untuk menjaga kelancaran dan keberlangsungan pasar.¹⁷ Pasar rakyat pada penelitian ini merujuk pada Pasar Babat yang berada di Jalan Raya Babat-Bojonegoro, Benaran, Babat, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62271.

c. Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh seseorang atau suatu organisasi dari kegiatan ekonomi yang dilakukan, baik melalui penjualan barang maupun pemberian jasa dalam suatu periode tertentu. Pendapatan mencerminkan adanya arus masuk manfaat ekonomi yang menyebabkan peningkatan aset atau modal sebagai hasil dari aktivitas

¹⁶ Solehudin, et. al., *Konsep Dasar Manajemen Pengelolaan Perusahaan*, (Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2024), 3.

¹⁷ Ibid., Danuarata, *Strategi Revitalisasi Pasar Tradisional*, ..., 35.

usaha yang dijalankan.¹⁸ Pendapatan dalam penelitian ini merujuk pada pendapatan pedagang yang berada di Pasar Babat-Lamongan.

d. Pedagang

Pedagang menurut I Wayan Suwendra merupakan individu atau badan yang membeli produk namun tidak untuk dikonsumsi sendiri melainkan untuk dijual kembali. Pedagang adalah mediator atau penghubung antara produsen dan konsumen.¹⁹ Pedagang dalam penelitian ini merujuk pada pedagang-pedagang yang berjualan di Pasar Babat-Lamongan.

e. Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen bisnis syariah merupakan proses pengelolaan kegiatan ekonomi yang mencakup aktivitas jual beli barang dan jasa dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam pelaksanaannya, manajemen ini tidak membatasi jumlah maupun bentuk kepemilikan harta, tetapi menekankan pada cara memperoleh dan memanfaatkannya yang harus sesuai dengan ketentuan Islam. Setiap bentuk transaksi harus dilakukan melalui cara yang halal serta menjauhi praktik yang diharamkan, seperti kecurangan atau penipuan. Oleh karena itu, bisnis yang dijalankan menurut prinsip syariah wajib mematuhi aturan agama, membedakan antara yang halal dan haram, serta tidak mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan

¹⁸ Ali Farhan, *Teori Akuntansi-Perjalanan Filosofis Akuntansi dari Teori Menuju Praktis*, (Sidoarjo: CV Globalcare, 2021), 166.

¹⁹ I Wayan Suwendra, *Manajemen Koperasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2018), 61.

sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 42.²⁰ Manajemen bisnis syariah dalam penelitian ini, menegaskan bahwa pengelolaan pasar Babat dianalisis berdasarkan nilai-nilai islam, seperti keadilan dalam transaksi, keseimbangan antara kepentingan pedagang dan pembeli, serta pengelolaan yang berorientasi pada keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat sesuai prinsip-prinsip syariah.

2. Definisi Secara Operasional

Secara operasional dari judul “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Rakyat Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Di Pasar Rakyat Babat-Lamongan)” adalah penelitian yang menjelaskan terkait manajemen pengelolaan pasar rakyat yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas pasar oleh pihak pengelola, seperti Kantor Pengelola Pasar Babat dan Perusahaan Umum Daerah Pasar Kabupaten Lamongan, untuk mewujudkan pasar yang tertib dan bermanfaat bagi masyarakat. Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, pengelolaan pasar dilakukan berdasarkan nilai-nilai islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab guna mewujudkan sistem yang transparan, adil, serta membawa keberkahan bagi seluruh pelaku pasar.

²⁰ Suparjo Adi Suwarno, et. al., *Manajemen Bisnis Syariah*, (Jawa Barat: Penerbit Adab, 2020, 7.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar diperoleh pemahaman yang sistematis, runtut, jelas, dan terarah, peneliti menyusun sistematika pembahasan dalam penelitian ini. Penulisan skripsi ini mengacu pada pedoman penulisan tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Skripsi ini terdiri atas enam bab dengan isi dan pembahasan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai konteks penelitian, fokus penelitian, latar belakang permasalahan, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta penegasan istilah.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang relevan dan dijadikan dasar dalam penelitian yaitu, teori manajemen pengelolaan (POAC), pasar rakyat, pendapatan pedagang, dan manajemen bisnis syariah. Selain itu, bab ini juga berisi penelitian terdahulu dan kerangka teoritik.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan langkah-langkah dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan hasil dari penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai paparan data atau temuan data pada penelitian “Manajemen pasar rakyat dalam meningkatkan pendapatan pedagang dalam prespektif manajemen bisnis syariah (studi kasus di Pasar Rakyat Babat-Lamongan)”, baik berupa temuan dari observasi, wawancara, maupun sumber lainnya, yang dianalisis berdasarkan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian. Sehingga dalam bab ini, data yang diperoleh dari lapangan yang sudah disusun dan diolah oleh peneliti.

BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan penjelasan mengenai hasil data penelitian dan proses analisisnya, serta menghubungkannya dengan latar belakang masalah dan fokus utama penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Bab terakhir ini memuat uraian kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, berdasarkan temuan yang diperoleh selama kegiatan penelitian dilapangan.