

**“POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM PENINGKATAN EKONOMI  
MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pasar Mangkang Semarang)”**

**Skripsi**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memeperoleh

Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

**AHMAD ULUL AZMI FIRDAUS**

**NIM. 1505026155**

**PROGRAM S1**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2021**



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang Telp.(024)7601291  
Fax.7624691 Semarang 50185

---

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
a.n. Sdr.a Ahmad Ulul Azmi Firdaus

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melalui proses bimbingan dan perbaikan, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ahmad Ulul Azmi Firdaus  
NIM : 1505026155  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : "Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Mangkang Semarang)"

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

Drs. Saekhu M.H.  
NIP. 196901201994031004

Semarang, 1 Desember 2021  
Pembimbing II

Cita Sary Dja'akum S.H.I., M.E.I  
NIP. 19820422 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl.Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax. (024)7601291  
Semarang, Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Ahmad Ulul Azmi Firdaus  
NIM : 1505026155  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : POTENSI PASAR TRADISONAL DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pasar Mangkang Semarang)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dinyatakan LULUS pada predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal **23 Desember 2021** dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) tahun akademik 2021/2022

Semarang, 23 Desember 2021

Ketua Sidang  
  
Riska Wivayanti, M.H  
NIP. 199304082019032019

Sekretaris Sidang  
  
Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.I  
NIP. 198204222015032004

Penguji I  
  
Kartika Marella Vanni, M.E  
NIP. 199304212019032028



Penguji II  
  
Faris Shalahuddin Zakiy, M.E  
NIP. 199002272019031012

Pembimbing I  
  
Drs. Saekhu, M.H  
NIP. 196901201994031004

Pembimbing II  
  
Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.I  
NIP. 198204222015032004

## MOTTO

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

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.* (QS. An-Nisa: 29).

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'amin* Segala Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW yang kelak kita nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah Aamiin. Sebagai tanda bukti dan terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua, Ayah tercita Bapak Ruba'i dan juga Ibu tercinta Ibu Rokhayatun yang selalu memberikan kasih sayang tiada henti mendoakan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kasih sayang beserta doa dari beliau merupakan semangatku. Juga teruntuk kedua kakak saya Shofwatul Khoiriyah dan Ahmad Khadziq Ghozali yang selalu memberikan doa semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa ucapan terima kasih untuk Keluarga Besar H. Muhammad Ali – Hj. Rohmah yang terus memberikan dukungan dan support kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya terima kasih kepada para sahabat dan kawan-kawan di UKM Musik UIN Walisongo, Lapis Legit Entertainment dan Overtune Entertainment yang telah memberikan wadah dengan segudang ilmu khususnya di dunia Musik dan Entertainment.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan. Demikian deklarasi ini penulis tulis dengan sebenarnya.

Semarang, 14 Desember 2021



Deklarator

Ahmad Ulul Azmi Firdaus

NIM 1505026155

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	–	apostrof terbalik

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	Ea
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha (dengan titik di atas)
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

### Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
-------	------	-------------	------



يَ	<i>Fathah</i> dan Ya	Ai	A dan I
وُ	<i>Fathah</i> dan Wau	Au	A dan U

### ***Maddah***

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ...يَ	<i>Fathah</i> dan Alif atau Ya	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>Kasrah</i> dan Ya	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>Ḍammah</i> dan Wau	ū	u dan garis di atas

### ***Ta marbūṭah***

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### ***Syaddah (Tasydīd)***

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf ي bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (ī).

## **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (alif lam ma'arifah) . Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

## ***Hamzah***

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

## **Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

## ***Lafz Al-Jalālah* (الله)**

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz Al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [ t ].

## **Huruf Kapital**

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata

sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

## ABSTRAK

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dan bagaimanakah perilaku para pedagang di pasar tradisional mangkang dalam perspektif ekonomi islam.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berlokasi di pasar tradisional mangkang. Sumber yang diperoleh dari penelitian ini yaitu sumber data primer yang diperoleh dari para pedagang dan sumber sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang telah diperoleh digambarkan dan dijabarkan mengenai objek sesuai dengan fakta di lapangan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pasar tradisional mangkang berpotensi dalam meningkatkan ekonomi pedagang. Adapun potensi yang pertama harga yang murah dan terjangkau oleh masyarakat, kedua produk yang dijual belikan lebih bervariasi, ketiga eksistensi pasar tradisional mangkang yang tetap bertahan ditengah persaingan dengan pasar modern dimana pemerintah melakukan pengawasan harga, menjaga kualitas barang, eksistensi lainnya membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Dalam hal perilaku pedagang di pasar tradisional mangkang, mayoritas para pedagang telah mampu menerapkan aspek-aspek bisnis sesuai dengan etika bisnis rasulullah yang meliputi *Shiddiq* (penyampaian kondisi barang, penetapan ukuran barang yang dijual), *Amanah* (menepati janji saat berdagang, mempertanggung jawabkan barang dagangan), *Tabligh* (menjaga loyalitas pembeli, bersikap ramah kepada pembeli), *Fathanah* (melakukan pencatatan transaksi).

**Kata kunci : Pasar, Potensi Pasar Tradisional, Perilaku Pedagang**

## **ABSTRACT**

*The main problem in this research is how the potential of traditional markets in improving the community's economy and how the behavior of traditional market players is absent from the perspective of Islamic economics.*

*This type of research is a qualitative research located in the traditional market of Mangkang. The sources obtained from this study are primary data sources obtained from traders and secondary sources obtained from various literatures. Methods of data collection, interviews and documentation to further obtain data and observations about the object in accordance with the facts in the field.*

*The results of this study indicate that the traditional mangkang market may increase economic actors. As for the first, the prices are cheap and affordable by the community, the second product that is traded and sold is more varied, the third is the existence of the traditional mangkang market that persists in the midst of competition with modern markets where the government monitors prices, maintains the quality of goods, the existence of other communities opens up jobs for around .*

*In terms of the behavior of traders in the traditional mangkang market, the main actors have been able to apply business aspects in accordance with the ethics of the Prophet which includes Siddiq (condition of goods, determination of the size of goods sold), Amanah (keep promises when selling, is responsible for merchandise), Tabligh (maintaining buyer loyalty, friendly to buyers), Fathanah (recording transactions).*

**Keywords: Market, Traditional Market Potential, Trader Behavior**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Mangkang Semarang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, dan III serta para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag., selaku ketua jurusan ekonomi islam dan Bapak Nurudin S.E., MM.
4. Bapak Drs. Saekhu M.H., selaku pembimbing I dan Ibu Cita Sary Dja'akum S.H.I., M.E.I., selaku pembimbing II yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis sampai akhir penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Hasyim Sarbani M.M selaku walidosen yang telah memberi dukungan sehingga bisa sampai ketitik ini.
6. Segenap Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Dinas Perdagangan dan Kepala Pasar beserta pengelola dan pedagang pasar tradisional mangkang semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian disana.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga ketulusan dan kebaikan mereka semua menjadi amal ibadah dan keberkahan pahala dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Semarang, 14 Desember 2021

Penulis

**Ahmad Ulul Azmi Firdaus**

**NIM. 1505026155**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
HALAMAN ABSTRAK .....	xii
HALAMAN ABSTRACT .....	xiii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xiv
HALAMAN DAFTAR ISI .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Metodologi Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	10

### **BAB II : POTENSI PASAR, PERILAKU PEDAGANG**

#### **DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

A. Pengertian Potensi .....	11
B. Teori Pasar .....	11
1. Pengertian Pasar.....	11
2. Pengertian Pasar Tradisional.....	13
3. Bentuk-Bentuk Pasar .....	14
4. Peran Pasar Dalam Ekonomi Islam.....	15
5. Mekanisme Pasar Dalam Islam .....	16
6. <i>Hisbah</i> atau Pengawas Pasar .....	18



C. Perilaku Pedagang .....	18
1. Pengertian Perilaku Pedagang .....	18
2. Perilaku Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam....	19
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang...	22
4. Pengertian Pembeli .....	24
D. Pengertian Peningkatan Ekonomi .....	26
E. Jual-Beli .....	26
1. Pengertian Jual Beli .....	26
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	27
3. Rukun Jual Beli .....	28
4. Bentuk-Bentuk Jual Beli .....	30
5. Macam-Macam Jual Beli .....	31
6. Praktik Jual Beli menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	32
7. Akhlak Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	33

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PASAR TRADISIONAL**

#### **MANGKANG SEMARANG**

A. Sejarah dan Perkembangan Pasar Tradisional Mangkang ....	36
B. Kepemilikan dan Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Mangkang .....	38
C. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Mangkang .....	39
D. Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Mangkang .....	41
E. Jalur Distribusi Barang di Pasar Tradisional Mangkang .....	42

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Produk Yang Bervariasi dan Harga Yang Murah Meningkatkan Minat Beli Masyarakat.....	44
B. Pedagang di Pasar Tradisional Mangkang jalani Etika Bisnis Rasulullah .....	52

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	64
B. Kritik dan Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Denah Pasar Tradisional Mangkang Lantai 1 .....	37
Gambar 3.2 : Denah Pasar Tradisional Mangkang Lantai 2 .....	37
Gambar 3.3 : Struktur Organisasi Pasar Tradisional Mangkang .....	39
Gambar 3.4 : Jalur Distribusi di Pasar Tradisional Mangkang .....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Klasifikasi dan Jenis Dagangan .....	39
Tabel 3.2 : Data Informan Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Mangkang .....	40

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pasar telah lama ada sejak dahulu bahkan menyatu dan mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, pasar juga berfungsi bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli namun juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial antar masyarakat.

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar.<sup>1</sup>

Dalam perkembangannya pasar dibagi menjadi dua yakni pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional di dalamnya biasanya terdapat banyak penjual, berlangsung dengan manajemen tanpa disertai perangkat teknologi modern dan pedagangnya cenderung lebih banyak menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan jam kerja rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

Pasar Mangkang merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di kota Semarang tepatnya ada di kelurahan Wonosari kecamatan Ngaliyan, penjual dan pembelinya rata-rata berasal dari sekitarnya yakni orang-orang Mangkang. Cakupan masyarakat yang berinteraksi di dalam pasar mangkang berasal dari berbagai warga kelurahan-kelurahan yang ada di kecamatan Tugu dan sebagian dari kecamatan Ngaliyan bagian barat.

Pada hakikatnya ekonomi Islam adalah metamorfosa dari nilai-nilai dalam Islam yang mengajarkan tentang masalah-masalah ekonomi dalam kehidupan

---

<sup>1</sup> Peraturan Presiden RI No.112, Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Tahun 2007. [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id).

manusia.<sup>2</sup> Berdagang merupakan sebuah usaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat seperti menjual kebutuhan sehari-hari, bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, pakaian, sandal, warung, jasa parut kelapa, kue-kue dan barang-barang lainnya. Dengan adanya usaha yang demikian diharapkan untuk memungkinkan masyarakat dalam menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik dari sebelumnya. Terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Agar pencapaian ini dapat dilakukan secara maksimal maka dianggap perlu menggali potensi yang ada untuk dikembangkan lebih jauh.

Akan tetapi, jika berdagang hanyalah untuk mencari keuntungan yang besar dan menjadi tujuan usahanya, maka seringkali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut, dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Tentu ini tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Seorang Muslim idealnya segala sesuatu kegiatannya mengikuti aturan syariat yang ada, baik dari Al-qur'an maupun sunnah Nabi. Semua itu berlaku bagi semua muslim termasuk pedagang muslim yang ada di pasar tradisional karena kita ketahui Nabi Muhammad sendiri merupakan seorang pedagang yang dapat dipercaya kala itu dan memiliki kekayaan yang cukup banyak karena kejujurannya dalam berdagang. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢  
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu. Termasuk orang-orang yang merugikan;(181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;(182) dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;(183)"<sup>3</sup>  
(QS. Asy-Syu'ara' [26]: 181-183)

Maksud dari ayat di atas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007). h. 1.

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011

<sup>4</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*. (Semarang: Walisongo Press, 2013), h. 154.

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas.<sup>5</sup>

Dengan adanya pasar potensi-potensi didalamnya dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang mana keberadaannya sangat vital bagi masyarakat dan peningkatan perekonomian.

Perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Di pasar Mangkang banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan peneliti terkait perilaku pedagang pasar Mangkang bahwa para pedagang tidak menepati pesanan yang dibuat dengan pembeli, ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati, beberapa pedagang kedapatan mencampur barang kualitas bagus dengan yang buruk namun dengan harga bagus, pedagang dalam menimbang barang yang dijual tidak sesuai takaran, beberapa pedagang tidak melayani komplek atas barang yang dijualnya dengan baik, dan lain sebagainya.

Dengan kata lain jika para pedagang menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan Islam, akan memperkuat potensi-potensi yang ada didalamnya. Dimana para pembeli yang datang akan semakin ramai yang impactnya akan menaikkan pendapatan para pedagang demi mendapatkan kesejahteraan hidup. Jika pembeli yang datang semakin ramai secara otomatis akan membuka lapangan pekerjaan juga bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin memahami lebih dalam dan melakukan penelitian yang berjudul **“POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ( Studi Kasus Pasar Mangkang Semarang)”**

---

<sup>5</sup> Baidowi Aris, “Etika Bisnis Perspektif Islam”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 9, No. 2, IAIN Pekalongan, Desember 2018, h. 4.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi pasar mangkang dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di pasar mangkang?
2. Bagaimana perilaku para pedagang di pasar mangkang dalam perspektif ekonomi islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menjawab pertanyaan dari rumusan pokok masalah yang telah disebutkan di atas, adalah:

1. Untuk mengetahui potensi pasar mangkang dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di pasar mangkang.
2. Untuk mengetahui perilaku pedagang di pasar mangkang dalam tinjauan ekonomi islam.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk berbagai pihak antara lain :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama untuk mengetahui perilaku pedagang pasar mangkang dalam tinjauan ekonomi islam.
  - b. Diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi penulis  
Penelitian ini menjadi salah satu tambahan ilmu pengetahuan mengenai perilaku pedagang pasar mangkang dalam tinjauan ekonomi islam.
  - b. Bagi akademisi



Bagi peneliti baru, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian dengan topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

c. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi khazanah ilmu pengetahuan dan referensi untuk dapat diambil manfaatnya oleh pembaca.

## E. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada di tempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.<sup>6</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Secara keseluruhan jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah penelitian kualitatif, yaitu pendekatan yang tidak mengadakan penghitungan matematis, statistik dan lain sebagainya, melainkan menggunakan penekanan ilmiah atau penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kualifikasinya.

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar mangkang semarang.

### 3. Sumber Data

#### a. Sumber Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (tanpa perantara) dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil langsung, data primer ini dapat berupa hasil observasi. Sumber data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini adalah para pedagang yang berjualan di pasar Mangkang.

#### b. Sumber Data Sekunder

---

<sup>6</sup> Kontjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1991), h. 13.

Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada (perpustakaan, buku-buku ilmiah dan internet) yang pada umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun sebagai data pendukung yang akan penulis gunakan untuk menyusun penelitian ini.

#### 4. Sifat Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Whitney dalam Moh. Nazir bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dengan kata lain untuk memaparkan data-data yang ada di lapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini.<sup>7</sup>

#### 5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

##### a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.<sup>8</sup> Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati.<sup>9</sup> Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan perilaku pedagang yang dilakukan di pasar Mangkang Semarang.

##### b. Wawancara atau interview

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pihak-pihak yang dianggap relevan dengan penelitian ini, yaitu pedagang di pasar Mangkang Semarang. Mekanisme wawancara dilakukan dengan cara wawancara terarah

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 245.

<sup>8</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h. 132.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metodologi...*, h. 227.

(guided interview) yang dilakukan secara individual yakni wawancara peneliti dengan pedagang di pasar tradisional Mangkang Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan menelaah dokumen yang ada untuk mempelajari pengetahuan atau fakta yang hendak diteliti. Dimaksudkan untuk menambah atau memperkuat apa yang terjadi dan sebagai bahan untuk melakukan komparasi dengan hasil wawancara, sejauh ada dokumentasi yang bisa diperoleh di lapangan.<sup>10</sup> Peneliti mendapatkan dokumen dari beberapa skripsi, jurnal, tesis, dan buku-buku sebagai penguat data penelitian.

6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>11</sup>

Untuk menganalisa data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.<sup>12</sup>

## F. Tinjauan Pustaka

Kajian pustaka tentang penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Dibawah ini peneliti akan memberikan kesimpulan hasil penelitian yang pernah dilakukan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Widhianto dan Mardwi Rahdriawan (2013) yang berjudul "*Peran Pasar Boja Terhadap Kondisi Perekonomian Wilayah Sekitar*

---

<sup>10</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, (Bandung, PT. Refika Aditama, 2012), hal. 208.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metodologi.*, h. 244.

<sup>12</sup> *Ibid*, hal. 247.

(*Studi Kasus Pasar Boja Kecamatan Boja*)” , dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu: besar kontribusi atau peran yang diberikan pasar tradisional Boja dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Boja dan sekitarnya. Peran ini dilihat dari sebaran distribusi barang serta pelaku yang ada didalamnya, baik dari sektor formal yaitu petugas dari dinas pasar maupun dari sektor non informal seperti pedagang, pegawai toko, serta penyedia layanan jasa yaitu kuli panggul, tukang parkir, jasa transportasi dan lain-lain. Sedangkan peran yang paling besar diperoleh dari pedagang sebagai pelaku utama dalam perdagangan, dilihat dari besaran penghasilan dan jumlah pedagang berdasarkan lokasi asal. Selain itu juga diperoleh dari distribusi barang dagangan yang dilihat berdasarkan jenis barang serta darimana barang tersebut berasal.<sup>13</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul Maskuroh (2019) yang berjudul “Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( *Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro* )” menjelaskan bahwa Pasar tradisional Yosomulyo Pelangi telah berpotensi dalam peningkatan perekonomian masyarakat Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota Metro dari bidang kreatifitas dan keterampilan ekonomi di masyarakat. Salah satunya adalah unit usaha yang dikembangkan, seperti wahana-wahana permainan, spot foto, permainan tradisional dan lain-lain. Artinya wilayah Payungi yang memiliki nilai lebih di bidang peningkatan perekonomian khususnya pasar, diharapkan dapat menjadi tolak ukur munculnya pasar-pasar yang lebih berpotensi dalam peningkatan perekonomian masyarakat yang tentunya sesuai dengan ekonomi islam.<sup>14</sup>
3. Penelitian yang dilakukan oleh R.Y Susanto (2018) yang berjudul “*Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*” dalam penelitian tersebut menghasilkan : Pertama, potensi pasar bagi lapangan pekerjaan masyarakat di wilayah Blimbing Kecamatan Lowokwaru Kota Malang yang secara umum berdagang. Kedua, potensi pasar bagi pendapatan masyarakat di wilayah Blimbing Kecamatan Lowokwaru Kota Malang dengan rata-

---

<sup>13</sup> Wisnu Widhianto dan Mardwi Rahdriawan, “Peran Pasar Boja Terhadap Kondisi Perekonomian Wilayah Sekitar (Studi Kasus Pasar Boja Kecamatan Boja)”, *Jurnal Tenik PWK (Perencanaan Wilayah dan Kota)*, Volume 2, Nomor 3, Universitas Diponegoro, 2013, h. 820.

<sup>14</sup> Nikmatul Maskuroh, “Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)” *Skripsi*, IAIN Metro Lampung, 2019.

rata pendapatan masyarakat lebih dari Rp.3.000.000. Ketiga, Tempat edukasi Pasar Modal bagi masyarakat di wilayah Blimbing Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.<sup>15</sup>

4. Penelitian yang dilakukan Ahmad Mustafa (2016) yang berjudul “*Potensi Pasar Tradisional Simabur bagi Masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar*” menghasilkan kesimpulan : Pertama, potensi pasar bagi lapangan pekerjaan masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar untuk bekerja pada umumnya berdagang. Kedua, potensi pasar bagi pendapatan masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar rata-rata masyarakat berpendapatan lebih dari Rp.2.000.000. Ketiga, potensi pasar bagi sewa lahan masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar rata-rata sewa lahan perhari Rp.3.000 – Rp.6.000.<sup>16</sup>
5. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Fatmasari (2013) yang berjudul “*Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern*” dapat diperoleh kesimpulan Pertama, Keberadaan Pasar Tradisional mempunyai ciri khas yang tidak dimiliki oleh pasar modern salah satunya adalah di pasar tradisional para penjual dan pembeli biasa melakukan tawar-menawar yang tidak biasa dilakukan di dalam pasar modern. Kedua, Para pedagang Pasar Kramatmulya mengeluh dengan adanya Pasar Modern di sekitar Pasar tersebut karena mengakibatkan berkurangnya para pembeli/konsumen terhadap Pasar tradisional sehingga para pedagang mengalami penurunan pendapatan. Ketiga, Peranan peningkatan SDM, pemanfaatan teknologi, akses permodalan, akses pemasaran, akses informasi, dan manajemen sangat penting dalam mengembangkan usaha mikro. Keempat, Dengan adanya pembangunan pasar kramatmulya diharapkan agar meningkatkan pendapatan para pedagang di pasar tersebut dan para konsumen / para pembeli lebih tertarik lagi akan pasar tradisional khususnya Pasar Kramatmulya. Kelima, Sumber daya alam dan sumber daya manusia serta pasar dunia yang semakin terbuka pada era global merupakan potensi dan strategi replikasi yang meliputi kerjasama jaringan (network) pemerintah, LSM,

---

<sup>15</sup> R.Y Susanto, “Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Volume 6 Nomor 2, Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2018, h. 39.

<sup>16</sup> Ahmad Mustafa, “Potensi Pasar Tradisional Simabur bagi Masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar”, *Program Studi Pendidikan Geografi*, STKIP Sumatera Barat, 2016, h. 25.

lembaga swasta dan individu maupun kelompok di kelola secara efektif dalam bentuk kemitraan.<sup>17</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika penelitian ini terdiri dari 5 Bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, yang terdiri dari pengertian potensi, pengertian pasar, pengertian perilaku.

Bab III Gambaran umum pasar mangkang semarang, yang terdiri dari sejarah pasar mangkang, jumlah dan jenis bisnis pedagang pasar mangkang, sarana dan prasarana pasar mangkang.

Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri dari potensi pasar mangkang dan perilaku pedagang pasar mangkang dalam tinjauan ekonomi islam.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan, kritik, dan saran.

---

<sup>17</sup> Dewi Fatmasari, “Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah (Perencanaan Wilayah dan Kota)*, Volume.5, Nomor 2, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2013.

## BAB II

### POTENSI PASAR, PERILAKU PEDAGANG, DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

#### A. Pengertian Potensi

Potensi berasal dari bahasa *latin* yaitu *potentia* yang artinya kemampuan. Potensi adalah kemampuan dasar dari sesuatu yang masih terpendam di dalamnya yang menunggu untuk diwujudkan menjadi suatu kekuatan nyata dalam diri sesuatu tersebut. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya.<sup>18</sup>

Sedangkan potensi ekonomi adalah kemampuan ekonomi yang dimiliki daerah yang mungkin atau layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat menolong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan.<sup>19</sup>

Potensi pasar atau *market potential* adalah ukuran atau nilai total pasar dalam rupiah, seandainya semua orang yang memiliki keterkaitan terhadap produk atau jasa yang memiliki daya beli membeli produk atau jasa.<sup>20</sup>

#### B. Teori Pasar

##### 1. Pengertian Pasar

Pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti tempat orang berjual beli.<sup>21</sup> Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> <https://kbbi.web.id/potensi> diakses tanggal 12 januari 2020 pukul 20.13 wib

<sup>19</sup> Nudiatulhuda Mangun, *Thesis: "Analisis potensi ekonomi kabupaten dan kota di propinsi sulawesi tengah"* (Semarang: Undip), h. 40.

<sup>20</sup> Ahmad Mustafa, "Potensi pasar tradisional simabur bagi masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Spasial*, STKIP PGRI Sumatera Barat, h. 27.

<sup>21</sup> <http://kbbi.web.id/Pasar> diakses rabu 8 januari 2020 pukul 21.37 wib

<sup>22</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, Cet. 9, 2013, h. 169.

Menurut Pindyck S. Robert dalam bukunya *microeconomics*, pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi aktual atau potensial mereka, menentukan harga suatu produk atau serangkaian produk<sup>23</sup>

Dalam pengertian ilmu ekonomi ‘pasar’ *market* diartikan dengan suatu interaksi antara kekuatan permintaan dari konsumen dengan penawaran dari produsen yang akan menentukan keseimbangan pasar baik harga keseimbangan maupun kuantitas keseimbangan. Jadi pasar adalah sebuah mekanisme dimana terjadi interaksi antara konsumen dan produsen untuk menentukan harga dan kuantitas keseimbangan serta melakukan pertukaran barang dan jasa.<sup>24</sup>

Menurut al-Ghazali, pasar merupakan tempat bertemunya antara dua pihak yang saling berkepentingan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan. Pasar terbentuk karena kesulitan yang dihadapi saat transaksi dilakukan dengan menggunakan sistem *barter* (pertukaran barang), dimana tidak setiap orang dan setiap waktu mereka bersedia menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang orang lain yang membutuhkan barang.<sup>25</sup> Jadi dapat diketahui ada tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar yaitu

- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli
- c. Kemauan untuk membelanjakan uangnya

Didalam Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan bebas *perfect competition*. Namun bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *frame* aturan syariah.<sup>26</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 198 :

عَرَفَاتٍ لَّيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ  
فَأَذْكُرُوا لِلَّهِ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ  
لَمِنَ الضَّالِّينَ - ١٩٨

Artinya: "Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil  
perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu bertolak dari

---

<sup>23</sup> Pindyck S. Robert, *Mikroekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 8.

<sup>24</sup> Imamudin Yuliadi, *Teori Ekonomi Makro Islam*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019, h. 72.

<sup>25</sup> Havis Aravik, *Ekonomi Islam Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi*, Malang: Empat dua, 2016, h. 145.

<sup>26</sup> Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2015, h. 159.



*Arafah, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah kepada-Nya sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu, sekalipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang yang tidak tahu".<sup>27</sup> (QS. Al-Baqarah : 198)*

## **2. Pengertian Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan buah, sayur-sayuran, telur, daging, kue-kue, kain pakaian, barang elektronik jasa dan lain-lain.<sup>28</sup>

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai

---

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011

<sup>28</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar\\_tradisional](https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_tradisional) diakses Kamis 9 Januari 2020 pukul 08.52 WIB

dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimpor hingga keluar pulau atau negara.<sup>29</sup>

### 3. Bentuk-Bentuk Pasar

Dilihat berdasarkan strukturnya pasar memiliki beberapa macam bentuk, antara lain :

- a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna *perfect competition* yang sering disebut pasar persaingan murni *pure competition* adalah pasar dimana terdapat banyak penjual tetapi tidak satupun diantara mereka yang berkemampuan mempengaruhi harga pasar yang berlaku baik dengan mengubah jumlah penawaran maupun harga produksi.

- b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna disebut *inferfect competition*, bentuknya berupa pasar monopoli, oligopoli, dan monopolistik. Suatu pasar dikatakan sebagai pasar monopoli apabila seluruh penawaran terhadap sejenis barang pada pasar dikuasai oleh seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu. Karena monopolis (penjual) sudah menguasai penawaran, otomatis tujuan mereka untuk mendapatkan keuntungan pasti akan tercapai. Sebagai monopolis, keputusan harga berada ditangan mereka.

- c. Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai pasar dengan banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak *different product*.

- d. Pasar oligopoli

---

<sup>29</sup> Akhmad Mujahidin, "Etika Bisnis dalam Islam (Analisis terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar)", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 4, No. 2, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Desember 2017, hal. 122.

Pasar oligopoli adalah pasar yang terdiri atas beberapa penjual, jumlahnya antara 10 sampai dengan 15 penjual. Istilah oligopoli berasal dari kata *oligos polein* yang berarti yang menjual sedikit.<sup>30</sup>

#### 4. Peran Pasar dalam Ekonomi Islam

Dalam sistem ekonomi Islam, pasar mempunyai enam peran strategis antara lain:

- a. Pasar berperan dalam distribusi barang dan jasa.

Sistem Islam mengarahkan kepada distribusi kekayaan yang adil dan Ihsan, sehingga sebuah komunitas Islam tidak terkotak-kotak dengan jenjang level kekayaan yang terpaut berjauhan antara satu jenjang dengan lainnya. Hal inilah kemudian yang menegaskan hikmah disyariatkannya instrumen zakat dan batasan-batasan syariah dalam mencari rezeki

- b. Pasar berperan dalam efisiensi produksi.

Kontrol dan pembatasan faktor-faktor produksi dalam tatanan nilai Islam dilakukan dengan memanfaatkan sekali lagi instrumen harga di pasar. Dengan demikian, keputusan para produsen dan investor dalam memproduksi barang dan jasa akan selalu dikaitkan (bergantung) kepada *expected return* (prediksi keuntungan) yang akan didapat.

- c. Pasar berperan dalam distribusi pendapatan.

Hukum permintaan dan penawaran di pasar sangat berperan dalam menentukan pendapatan. Hal ini karena pendapatan di pasar direpresentasikan oleh harga *price* yang berlaku sebagai alat tukar atas penggunaan jasa ataupun aneka ragam produk.

- d. Pasar berperan dalam menentukan upah.

Penentuan upah diatur menurut kaidah-kaidah khusus yang ditentukan pada tahapan sebelumnya berlaku penawaran riil atas kerja profesional tersebut di pasar. Islam merekomendasikan bahwa upah seorang buruh harus bisa menutupi kebutuhan untuk mempunyai keluarga dan pembantu untuk mengurus kebutuhan rumah tangganya.

- e. Pasar berperan dalam menentukan keuntungan.

---

<sup>30</sup> Syafril, *Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, h. 116.

Keuntungan yang dibolehkan dalam ekonomi berbasis ajaran Islam datang dari hasil investasi permodalan dalam proses produksi. Karena dalam sistem ribawi, proses produksi lebih banyak berpihak kepada investor yang masuk dalam proses, dimana investor dijamin bisa mengambil keuntungan tanpa harus berhadapan dengan kemungkinan kerugian.

- f. Pasar berperan dalam menentukan tingkat pengembalian hasil lahan.

Dalam mekanisme pasar Islami, tingkat pengembalian akan selalu berbanding terbalik dengan ongkos yang diperlukan untuk pengelolaan lahan. Besaran untuk tingkat pengembalian lahan ini disesuaikan menurut tingkat kualitas tanah dan produktivitasnya.<sup>31</sup>

## 5. Mekanisme Pasar dalam Islam

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu dalam bertransaksi barang maupun jasa yang disukai. Ibnu Taimiyyah menempatkan kebebasan pada tempat tertinggi bagi individu dalam berkegiatan ekonomi yang tidak bertentangan dengan *shariah* Islam serta tidak menimbulkan kerugian baik diri sendiri maupun orang lain. Dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan praktik kehidupan pasar masa Rasulullah, bahwa ciri khas pasar yang islami adalah:

- a. Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar
- b. Adanya informasi yang cukup tentang kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas *muhtasib* adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informasi secara sempurna dapat diterima para pelaku pasar.
- c. Unsur-unsur monopolistik harus dihilangkan dari pasar, dimana pemerintah boleh melakukan intervensi jika unsur monopoli ini mulai muncul.
- d. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- e. Adanya standaritas produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan kualitas barang.
- f. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menimbangan dan takaran, dan niat yang buruk dalam takaran.

---

<sup>31</sup> Aravik, *Ekonomi ...*, h. 157.

Mekanisme pasar dalam Islam tidak menghendaki adanya koalisi antara para penawar dan peminta, tetapi tidak mengesampingkan kemungkinan adanya hal tersebut selama tidak ada kecurangan atau melanggar prinsip-prinsip kebebasan dan kerja sama. Namun dalam prakteknya, jika terjadi kecurangan maka pemerintah dapat mengintervensi yang berbentuk pengambilan produksi yang dimonopoli (perorangan maupun perusahaan) atau pengawasan dan penetapan harga oleh pemerintah.

Salah satu tugas pokok *muhtasib* adalah mengawasi pasar. Tujuannya untuk mencegah kedzaliman dengan cara mengontrol alat timbangan, takaran, ukuran, dan berbagai alat lainnya. Selain itu tugasnya mengawasi praktik perdagangan. *Muhtasib* harus melarang segala bentuk perdagangan yang diharamkan seperti riba, *ikhtikar* (penimbunan), semua transaksi yang diharamkan dan pencegahan pendapatan keuntungan yang berlebihan karena rekayasa harga.<sup>32</sup>

Dari anas bahwa ia menyatakan:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

*Dari Anas bin Malik ia berkata, Harga pernah naik mendadak pada masa Rasulullah Saw. Para sahabat mengatakan: "Wahai Rasulullah, tentukanlah harga untuk kita. Beliau menjawab: Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan dan pencurah serta pemberi rezeki. Aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kedzaliman dalam hal darah dan harta." (HR. Tirmidzi dan Darulqutni).*

Hadits ini menunjukkan pengharaman terhadap pematokan atau penentuan harga dan merupakan suatu bentuk kedzaliman yang harus diadakan ke penguasa agar menghilangkannya. Pematokan tersebut dapat menimbulkan pasar gelap, dimana orang-orang akan melakukan jual beli dengan penjualan dibawah tangan, yang tidak diketahui oleh negara, bahkan jauh dari pengawasan negara. Sehingga harga menjadi melambung lalu hanya dapat dikuasai oleh orang kaya saja,

---

<sup>32</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017, h. 158.

sementara yang miskin tidak mendapatkannya. Selain itu, pematokan harga akan berimplikasi terhadap kerusakan dan mempengaruhi produksi, bahkan dapat menyebabkan krisis ekonomi.<sup>33</sup>

## 6. *Hisbah* atau Pengawas Pasar

Islam mengatur dan mengawasi pasar secara ketat. Salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pasar adalah *Hisbah*. Sebagaimana Firman Allah QS. Ali Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Artinya: "Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru pada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."*<sup>34</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, *Hisbah* merupakan sistem untuk mengawasi, memanager, dan menjalankan kewajiban untuk kebaikan dan keadilan yang ada di pasar. Berkaitan dengan mencegah terjadinya kemungkaran ini, salah satu tugas *Hisbah* adalah mencegah terjadinya penipuan yang ada di pasar. Penipuan ini diantaranya kecurangan dalam hal takaran timbangan, mencegah penjualan barang yang rusak, serta tindakan-tindakan yang merusak morakl.

Pada zaman Rasulullah, cikal bakal *Hisbah* sudah ada dan ditandai dengan ditunjuknya seorang *Muhtasib* di berbagai tempat. *Hisbah* ini dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Umar bin Khattab dengan cara menunjuk seorang perempuan untuk mengawasi pasar dari tindakan penipuan-penipuan.<sup>35</sup>

## C. Perilaku Pedagang

### 1. Pengertian perilaku pedagang

Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang terlihat maupun tidak terlihat yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya. Dalam Kamus Besar Bahasa

<sup>33</sup> Aravik, *Ekonomi ...*, h.146.

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011

<sup>35</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supraidi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV. Pustaka Pedia, 2013, h.

Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.<sup>36</sup>

Sedangkan pengertian pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Didalam pengertian lain, pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.<sup>37</sup>

Dari beberapa definisi diatas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada disekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.<sup>38</sup>

## **2. Perilaku pedagang menurut perspektif Ekonomi Islam**

### **a. Perilaku pedagang yang sesuai menurut Islam**

#### **1) Jual beli atas dasar suka sama suka**

Jual beli itu harus dilakukan atas dasar saling rela, suka sama suka antara kedua belah pihak. Tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan pihak lain, tidak boleh saling merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

#### **2) Harus berbaik hati kepada sesama**

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

#### **3) Setiap orang diberi hak untuk mengadakan *khiyar***

*Khiyar* adalah pilihan untuk meneruskan atau membatalkan transaksi. Dengan hak *khiyar* ada jaminan bahwa orang akan membeli barang sebagaimana dimaksud. Sehingga pembeli memperoleh kepuasan tentang harga dan kualitas barang yang dibelinya.

---

<sup>36</sup> Zakiyah dan Bintang Wirawan, Pemahaman nilai-nilai syariah terhadap perilaku berdagang (studi para pedagang di pasar bambu kuning bandar lampung), *Jurnal sociologie*, Vol.1 No.4, h. 331.

<sup>37</sup> Eko Sujatmiko, "*Kamus IPS*", Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet.1, 2014, h. 231.

<sup>38</sup> Al Bara, "Pengaruh perilaku pedagang terhadap inflasi", *Jurnal Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, UIN Sumatera Utara Medan, 2016, h. 246.

- 4) Jual beli yang tidak tunai harus dilaksanakan secara tertulis atau dengan dua saksi

Tujuannya untuk memberikan kepastian kepada masing-masing pihak yang terlibat dalam jual beli. Disamping itu, dapat menghindarkan adanya kemungkinan sengketa diantara pihak-pihak yang berkepentingan.

Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا بِيْحْسٍ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتِنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۗ وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۗ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَانْفُوا ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa,*



*maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah : 282)<sup>39</sup>*

b. Perilaku pedagang yang dilarang dalam Islam

1) Dilarang melakukan kebohongan atau kecurangan

Kecurangan yang dimaksud adalah kecurangan dalam menakar dan menimbang, ataupun menyembunyikan cacat-cacat pada barang. Praktik seperti ini menimbulkan dampak yang sangat buruk dalam dunia perdagangan yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang.

2) Tidak diperkenankan jual beli *gharar*

Jual beli *gharar* dapat merugikan orang lain dan melanggar hak asasi jual beli, yakni suka sama suka. Orang yang tertipu jelas tidak akan suka karena haknya dikurangi atau dilanggar karena barang-barang yang dibelinya tidak sesuai dengan kenyataan. Jual beli yang mengandung unsur *gharar* adalah jual beli yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahkan terimakan, atau tidak diketahui hakikat dan kadarnya.

3) Dilarang mengambil keuntungan dengan cara menimbun dan spekulatif

Menimbun *ikhtikar* adalah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan yang diperoleh semakin besar. Praktik ini dapat ditemukan saat mendekati Bulan Ramadhan, menjelang hari raya Idul Fitri dan Idul Adha serta natal dan tahun baru. Karena pada momen-momen ini konsumen banyak mengalami *demonstration effect* dan pemborosan.

4) Dilarang jual beli dengan sistem *hashah*

---

<sup>39</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011

*Hashah* adalah jual beli yang menggunakan undian atau dengan adu ketangkasan, agar mendapatkan barang yang dibeli sesuai dengan undian yang didapat.

5) Dilarang menjual barang yang sudah dibeli orang lain

Menjual barang orang lain sama halnya dengan mengambil kepunyaan orang dan menjualnya, kecuali jika pemilik barang mengizinkannya. Kalau pembeli (pemilik barang) mengizinkan, maka diperbolehkan penjual menjualnya kembali kepada orang lain.

6) Dilarang jual beli dengan cara paksaan

Jika seseorang dipaksa untuk melakukan jual beli, maka jual beli itu tidak sah. Hanya saja, jika ada kerelaan setelah terjadinya paksaan, maka jual beli tersebut sah.

7) Dilarang jual beli secara *'inah*

*'inah* yaitu seseorang menjual barang kepada orang lain dengan pembayaran dibelakang. Kemudian orang tersebut membeli barang itu dari pembeli tadi dengan harga yang lebih murah tetapi dengan pembayaran kontan yang diserahkan kepada pembeli. Ketika sudah sampai tempo pembayaran, dia minta pembeli membayar penuh sesuai harga yang ditentukan saat membeli barang.<sup>40</sup>

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang

Didalam penelitian skripsinya, Yonna Ifan Falucky menyebutkan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang atau produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang

---

<sup>40</sup> Aravik, *Ekonomi ...*, h. 61.

<sup>41</sup> Yonna Ifan Falucky, "Analisis terhadap perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus di pasar tradisional Ngentrong Campurdarat Tulungagung)", *Skripsi*, IAIN Tulungagung, 2017, h. 16.

dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa, ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.

d. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkannya. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan.

e. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.

f. Empati pada Pelanggan

Empati pada pelanggan yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

g. Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan sesama pedagang adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual.

#### h. Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.

### 4. Pengertian Pembeli

#### a. Pembeli

Pembeli berasal dari istilah asing *customer* yang berarti setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan pengertian *customer* menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Namun dalam konteks pembeli atau konsumen pasar yaitu semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan kebutuhannya dengan harga yang murah dan pelayanan langsung.

Selain penjual, pembeli juga mempunyai hak-hak dan kewajiban dan kewajiban tertentu, yaitu:

##### 1) Hak pembeli

- a. Menerima sejumlah barang yang dibelinya pada saat itu
- b. Menerima jaminan atas keadaan dan hak pemilikan barang yang dibelinya.

##### 2) Kewajiban pembeli

Kewajiban pembeli ini yaitu membayar harga atas pembelian pada waktu dan tempat yang ditetapkan dalam persetujuan. Bilamana pada waktu pembuatan persetujuan tersebut tidak ditetapkan hal-hal tersebut, maka pembeli harus membayar ditempat pada saat itu juga.

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen

Menurut Simamora perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (*eksternal*) dan faktor-faktor yang ada didalam diri manusia (*internal*). Faktor eksternal yang utama adalah faktor

kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (pembeli) yaitu:

1) Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan (*culture*) mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus mengetahui peranan *culture* masyarakat setempat serta kelas sosial pembeli.

2) Faktor sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan didalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal, yang termasuk faktor sosial adalah

- a) Kelompok
- b) Keluarga
- c) Peran dan status

3) Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, diantaranya:

- a) Usia
- b) Pekerjaan
- c) Keadaan ekonomi
- d) Gaya hidup
- e) Kepribadian dan konsep diri

4) Faktor psikologis

Kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pemilihan pembelian seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yaitu:

- a) Motivasi
- b) Persepsi
- c) Pengetahuan

d) Kepercayaan sikap<sup>42</sup>

#### **D. Pengertian Peningkatan Ekonomi**

Ekonomi dapat diartikan sebagai ilmu mengelola rumah tangga, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui produksi, distribusi dan konsumsi. Dari kegiatan utama tersebut dapat diartikan bahwa produksi dapat diartikan sebagai pembuat atau penghasil, distribusi dapat diartikan sebagai penyalur dan konsumsi dapat diartikan sebagai pemakai, pengguna atau yang membutuhkan suatu barang yang sudah jadi dan siap untuk digunakan sesuai dengan kebutuhan.

Peningkatan ekonomi adalah suatu keadaan dimana keadaan yang belum mempunyai penghasilan yang lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hingga mampu mendapatkan penghasilan yang lebih dari cukup. Secara umum, peningkatan ekonomi sendiri dapat dijelaskan bertambahnya atau meningkatnya pundi-pundi penghasilan masyarakat, atau dengan kata lain peningkatan ekonomi adalah bertambah meningkatnya penghasilan masyarakat yang menyebabkan bertambah naik pula taraf kehidupan masyarakat.<sup>43</sup>

#### **E. Jual-Beli**

##### **1. Pengertian Jual Beli**

Jual beli dalam istilah teknis fiqh menggunakan kata *ba'i*. Jual beli memiliki makna bahasa memberikan sesuatu sebagai bandingan sesuatu. Menurut makna istilah, jual beli didefinisikan bervariasi penekanannya. Jual beli menurut Taqiyuddin adalah pertukaran harta dengan harta untuk tujuan pemanfaatan menggunakan cara Ijab Kabul sesuai dengan tuntunan yang diperkenankan *Syara'*. Jual beli menurut Sayyid Sabiq adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar kerelaan. Pertukaran harta yang dimaksudkan sebagai perpindahan kepemilikan dengan penggantian menurut cara yang diperkenankan *Syara'*.<sup>44</sup> Sedangkan

---

<sup>42</sup> Dedeh Siti Saodah dan Rosda Malia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)", *Jurnal Agrosience*, Universitas Suryakencana Cianjur, Vol.7, No. 1, 2017, h. 180.

<sup>43</sup> Alip Sugianto, "Kajian desa wisata sebagai peningkatan ekonomi masyarakat desa karang patihan kecamatan balong ponorogo", *Jurnal Ekuilibrium*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Vol.11, No.1, Maret 2016, h. 58.

<sup>44</sup> Nur Fatoni, *Dinamika Relasi Hukum dan Moral dalam konsep jual beli (studi pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis 'Ulama Indonesia (DSN-MUI)*, (Semarang: Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2012), h. 43.

menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan barang.<sup>45</sup>

Definisi jual beli yang mencantumkan “atas dasar kerelaan” menempatkan kerelaan sebagai hal penting menurut *Syara'*. Jual beli tanpa kerelaan menjadikan akad jual beli cacat. Kerelaan dalam jual beli kadang kala ada, kadang kala tidak ada. Ketika seseorang berkata “saya jual” atau “saya beli”, hal itu berarti pertanda *imarah* kerelaan, bukan *illat* adanya kerelaan.

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

### a. Al-Qur'an

- 1) Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2): 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”*  
(QS. Al-Baqarah: 275)

- 2) Firman Allah dalam QS. An-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

*Artinya: ”Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”* (QS.An-Nisa(4) : 29)

- 3) Firman Allah QS. Al-Baqarah (2): 282

... وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ....

*Artinya : “...dan persaksikanlah apabila kamu jual beli...”*  
(QS. Al-Baqarah: 282)

### b. Hadits

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ  
سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

<sup>45</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015, h. 167.

Artinya : “Dari Rifa’ah ibn Rafi’, bahwa Rasulullah Saw ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik, Rasulullah Saw ketika itu menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan jual beli yang diberkati”.  
(HR. Al-Bazzah dan Al-Hakim)

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya : Rasulullah menyatakan: Jual beli didasarkan kepada suka sama suka”. (HR. Al-Baihaqi)

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya : “Rasulullah Saw bersabda: pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, para shiddiqin, dan para syuhada”. (HR. Tirmidzi)<sup>46</sup>

### 3. Rukun Jual Beli

Rukun akad jual beli ada tiga :

a. Pihak-pihak

Kedua belah pihak yang berakad baik penjual maupun pembeli memiliki kecakapan yaitu orang yang berakal dan baligh.

b. Objek

Barang yang dijual belikan adalah barang yang boleh dijual belikan. Objek jual beli terdiri dari benda yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak.

Menurut Sayid Sabiq, syarat objek jual beli yaitu:

1) Suci barangnya.

Hal ini berdasarkan Hadits Bukhari dan Muslim:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ

“Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung”.

2) Barangnya dapat dimanfaatkan.

3) Barang tersebut milik sendiri, kecuali bila dikuasakan untuk menjualnya oleh pemiliknya.

4) Barang tersebut dapat diserahkan terimakan.

---

<sup>46</sup> Ibid.



Bila barang tersebut tidak dapat diserahkan, seperti menjual ikan yang masih ada di dalam air, maka jual beli tersebut tidak sah. Hal ini berdasarkan hadits Ibnu Mas'ud RA :

لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرَرٌ

“janganlah kamu menjual ikan yang ada di dalam air, karena itu mengandung gharar (ketidakpastian)”.

5) Barang tersebut dan harganya dapat diketahui.

Bila barang tersebut atau harganya tidak diketahui, maka jual beli tersebut tidak sah, karena mengandung gharar.

6) Barang tersebut sudah diterima oleh pembeli *qabdh*.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, syarat objek yang diperbolehkan adalah:

- 1) Barang yang dijualbelikan harus ada.
  - 2) Barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan.
  - 3) Barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu.
  - 4) Barang yang dijualbelikan harus halal.
  - 5) Barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli.
  - 6) Kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui.
  - 7) Penunjukan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan jika barang itu ada di tempat jual beli.
  - 8) Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut.
  - 9) Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.
- c. Kesepakatan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masing-masing pihak, baik kebutuhan hidup maupun pengembangan usaha. Ketika terjadi perubahan akad jual-beli akibat perubahan harga, maka akad terakhir yang dinyatakan berlaku.

Kesepakatan penjual dan pembeli meliputi:

- 1) Penjual dan pembeli wajib menyepakati nilai objek jual beli yang diwujudkan dalam harga.

- 2) Penjual wajib menyerahkan objek jual beli sesuai dengan harga yang telah disepakati, dan pembeli wajib menyerahkan orang atau benda yang setara nilainya dengan objek jual beli.
- 3) Jual beli terjadi dan mengikat ketika objek jual beli diterima pembeli, sekalipun tidak dinyatakan secara langsung.
- 4) Pembeli boleh menawarkan penjualan barang dengan harga borongan, dan persetujuan pembeli atas tawaran itu mengharuskan untuk membeli keseluruhan barang dengan harga yang disepakati.
- 5) Pembeli tidak boleh memilah-milah benda dagangan yang diperjualbelikan dengan cara borongan dengan maksud membeli sebagian saja.
- 6) Penjual dibolehkan menawarkan beberapa jenis barang dagangan secara terpisah dengan harga yang berbeda.

#### **4. Bentuk-bentuk Jual Beli**

Jumhur ulama membagi jual beli dari segi sah atau tidaknya menjadi dua bentuk:

a. Jual beli yang shahih

Jual beli dikatakan sebagai jual beli yang shahih apabila jual beli itu disyariatkan, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan; bukan milik orang lain, tidak tergantung pada hak khiyar lagi (memilih mana yang lebih baik dari dua hal atau lebih). Jual beli ini dikatakan sebagai jual beli shahih.

b. Jual beli yang batal

Jual beli dikatakan sebagai jual beli yang batal apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu atas dasar dan sifatnya tidak disyariatkan, seperti jual beli yang dilakukan anak-anak, orang gila, atau barang yang dijual itu barang-barang yang diharamkan syara' seperti darah, bangkai, babi dan khamar.

Jenis-jenis jual beli yang batil adalah:

- 1) Jual beli sesuatu yang tidak ada, seperti memperjualbelikan buah-buahan yang putiknya pun belum muncul dipohonnya atau anak sapi yang belum ada, sekali pun di perut ibunya telah ada.

- 2) Menjual barang yang tidak bisa diserahkan kepada pembeli, seperti menjual barang yang hilang atau burung piaraan yang lepas dan terbang di udara.
- 3) Jual beli yang mengandung unsur penipuan, yang pada lahirnya baik, tetapi ternyata dibalik itu terdapat unsur-unsur penipuan. Misalnya menjual buah-buahan yang ditumpuk, di atasnya buah yang bagus-bagus dan manis-manis tetapi ternyata dalam tumpukan itu banyak terdapat yang busuk.
- 4) Jual beli benda-benda najis seperti babi, khamar dan darah.
- 5) Menjualbelikan air sungai, air danau, air laut dan air yang tidak boleh dimiliki seseorang, karena air tersebut milik bersama.

## 5. Macam-macam Jual Beli

Ulama membagi macam-macam jual beli sebagai berikut:

- a. Dilihat dari sisi objek yang diperjualbelikan
  - 1) Jual beli *muthlaqah*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang.
  - 2) Jual beli *sharf*, yaitu jual beli antara satu mata uang dan mata uang lain.
  - 3) Jual beli *muqayyadah*, yaitu jual pertukaran antara barang dengan barang *barter*, atau pertukaran antara barang dengan barang yang dinilai dengan valuta asing.
- b. Dilihat dari segi cara penetapan harga
  - 1) Jual beli *musawwamah*, yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
  - 2) Jual beli amanah, yaitu jual beli ketika menjual memberitahukan modal jualnya (harga perolehan barang). Jual beli amanah ada tiga yaitu :
    - Jual beli *musawwamah* (tawar menawar), yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
    - Jual beli *muwadha'ah* atau *discount*, yaitu jual beli dengan harga dibawah harga modal dengan jumlah kerugian yang diketahui, untuk penjualan barang atau aktiva nilai yang bukunya sudah sangat rendah.
    - Jual beli *tauliyah*, yaitu jual beli dengan harga modal tanpa keuntungan dan kerugian.

- 3) Jual beli dengan harga tangguh, *ba'i bitsaman ajil* yaitu jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian. Harga tangguh ini boleh lebih tinggi daripada harga tunai dan bisa dicicil.
  - 4) Jual beli *muzayyadah* (lelang), yaitu jual beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli menawar. Penawar tertinggi terpilih sebagai pembeli.
- c. Dilihat dari segi pembayaran
- 1) Jual beli tunai dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung
  - 2) Jual beli dengan pembayaran tertunda *ba'i muajjal*, yaitu jual beli yang penyerahan barang secara langsung (tunai) tetapi pembayaran dilakukan kemudian hari dan bisa dicicil.
  - 3) Jual beli dengan penyerahan barang tertunda *defend delivery* meliputi:
    - Jual beli *salam*, yaitu jual beli ketika pembeli membayar dimuka secara tunai atas barang yang dipesan (biasanya produk pertanian) dengan spesifikasi yang harus diserahkan kemudian.
    - Jual beli *istishna'*, yaitu jual beli yang pembelinya membayar tunai atau bertahap atas barang yang dipesan (biasanya produk manufaktur) dengan spesifikasi yang harus diproduksi dan diserahkan kemudian.
  - 4) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda.<sup>47</sup>

## 6. Praktik Jual Beli menurut Perspektif Ekonomi Islam

Ada beberapa prinsip dasar yang dianjurkan Islam dalam mendukung aktivitas perdagangan:

### a. Kejujuran *honesty*

Kejujuran adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh seorang pedagang Islam melakukan aktivitas perdagangannya. Dia tidak boleh berbohong, tidak boleh menipu, tidak berkhianat, tidak ingkar janji dan hal-hal yang sejenis dengannya.

### b. Kepercayaan *trust*

Kepercayaan antar pelaku perdagangan, yakni penjual dan pembeli sangatlah penting. Sebab, tanpa adanya kepercayaan dari kedua belah pihak maka akan sangat sulit terjadi kesepakatan perdagangan pada mereka.

### c. Prinsip saling *ridha* (rela) antara pihak yang terkait (penjual dan pembeli)

---

<sup>47</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015, h. 168-175.

Perdagangan yang dianjurkan dalam Islam adalah perdagangan yang membawa, menguntungkan dan membawa berkah bagi kedua belah pihak. Keduanya harus saling rela tanpa adanya paksaan, tidak ada satu pihak yang merasa terzalimi.

d. Tidak mendurhakai Allah

Manusia diwajibkan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi dalam bekerja, manusia tidak boleh melalaikan kewajiban-kewajiban beribadah kepada Allah. Sebagaimana Firman Allah dalam QS. Al-Jumuah: 9

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ  
وَذَرُوا الْبَيْعَ ۗ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jum‘at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.” (QS. Al-Jumuah: 9)*

e. Prinsip Keadilan

Banyak penjealsan-penjelasan dalam Al-Qur‘an yang menekankan pentingnya menegakkan prinsip keadilan, terutama dalam hal ekonomi. Dengan menegakkan prinsip keadilan ini, maka akan berpengaruh pada lingkungannya.<sup>48</sup>

## 7. Akhlak Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam jual beli bukan hanya modal dan sarana-sarana fisik lainnya, tetapi yang tidak kalah pentingnya adalah akhlak dan faktor-faktor mental spiritual. Adapun jika diklasifikasikan akhlak dalam jual beli adalah sebagai berikut:

1) Takwa

Pedagang muslim bukan hanya sekadar mengklaim dirinya selaku muslim, tetapi perlu merealisasi ketakwaannya termasuk dalam jual beli, yaitu

---

<sup>48</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah (Konsep dasar, paradigma, pengembangan ekonomi syariah)*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017, h. 110.

dilakukannya tidak menyimpang dari peraturan Allah Swt. Karena faktor takwa ini menjadi jaminan keberhasilan dan keberkahan jual beli.

2) Tawakal

Islam mengajarkan tawakal yakni membuat perhitungan dan rencana yang matang kemudian melaksanakannya dengan sebaik-baiknya seraya mempercayakan diri kepada Allah

3) Menghindari terjadinya banyak sumpah

Makruh hukumnya seorang pedagang banyak bersumpah, walaupun keberadaannya benar. Sedangkan apabila sumpahnya bohong dan disengaja, mak hukumnya haram.

4) Melakukan pembukuan

Pembukuan dilakukan untuk menuliskan waktu terjadinya akad, banyaknya utang dan waktu akan membayarnya. Karena hal tersebut bertujuan untuk memelihara dari lupa.

5) Rajin mengeluarkan Zakat, Infaq, dan Shodaqoh

Pedagang yang bersyukur akan mengeluarkan zakat, infaq, dan shodaqoh sebagai bentuk rasa syukur dan bertujuan untuk mensucikan haranya kembali.

6) Mempunyai niat baik (suci)

Niat baik menjadi wasilah mendapatkan rezeki yang halal, dan sebagai wasilah mendapatkan Ridho dari Allah Swt. Niat yang baik menurut Al-Ghazali dalam memulai aktivitas jual beli akan menghantarkan seseorang merasa berkecukupan dengan rezeki yang halal, dan akan mendapatkan pertolongan dimudahkan dalam proses melaksanakan akad jual beli.

7) Berangkat pagi-pagi dalam mencari rezeki

Dengan seseorang berangkat sedari pagi maka pikiran akan lebih fresh dan bugar ketimbang seseorang yang baru memulai aktivitasnya disiang hari.

8) Selalu ingat kepada Allah Swt ketika masuk pasar (tempat jual beli)

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan berdzikir kepada Allah, baik dengan hati atau lisan karena hal tersebut sebagai tanda ciri khas orang yang beriman.

9) Memasyhurkan salam dan menjawabnya

Karena hukumnya wajib menjawab salam, di dalam Islam diajarkan untuk mengucapkan salam kepada sesama muslim.

10) Toleransi dalam jual beli dan menghindarkan kesulitan

Toleransi atau lapang dada *samahah* dalam masalah-masalah jual beli dan menagih utang termasuk perbuatan terpuji yang mendatangkan keberhasilan dan keberkahan usaha.

11) Jujur dan Amanah

Kejujuran akan mendatangkan keberkahan bagi para pedagang. Misalnya mengukur, menakar dan menimbang semuanya dilakukan secara jujur tidak curang.

12) Qana'ah

*Qana'ah* adalah merasa puas dan menerima apa adanya dari anugerah Allah Swt. Seorang pedagang yang memiliki sifat qana'ah akan senantiasa merasa ridha dan puas terhadap keuntungan yang diperolehnya, baik keuntungan itu jumlahnya kecil maupun besar.

13) Memperluas silaturahmi

Dengan terjalinnya hubungan kerohanian yang kuat melalui silaturahmi, maka akan menumbuhkan kekeluargaan dan persaudaraan. Dengan terjalinnya silaturahmi yang baik, seseorang akan mendapatkan keuntungan ganda dari saudara-saudaranya baik materiil maupun moril.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015, h. 24.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM PASAR TRADISIONAL MANGKANG SEMARANG

#### A. Sejarah dan Perkembangan Pasar Tradisional Mangkang

Sejak tahun 1970-an, pasar tradisional Mangkang sudah ada dan sudah beroperasi baik. Pada tahun 1998 terjadi insiden kebakaran yang menghanguskan seluruh bangunan dan dagangan para pedagang. Kemudian pemerintah Kota Semarang membangun kembali tahap pertama pada tahun 1998 lalu dilanjutkan tahap yang kedua pada tahun 2000.

*“Pasar tradisional Mangkang memiliki luas lahan 2.100 m<sup>2</sup> dengan model persegi panjang pada lantai dasarnya, sedangkan pada lantai 2 berbentuk huruf L. Diawal beroperasi, para pedagang disini masih sebatas lapak-lapak lancakan belum ada kios-kios, apalagi tempat-tempat yang layak untuk berjualan. Fasilitas dan pengelolaan masih sangat minim, sebatas swadaya dari para pedagang. Seiring berjalannya waktu, perkembangannya sudah sangat baik sekali. Kini pedagang yang ada di pasar Mangkang sudah menggunakan los dan kios untuk berjualan, meskipun masih ada pedagang yang menjual dengan cara lesehan atau masuk dalam kategori dasaran terbuka. Mayoritas para pedagang di pasar Mangkang sudah menggunakan bangunan yang semi permanen.”<sup>50</sup>*

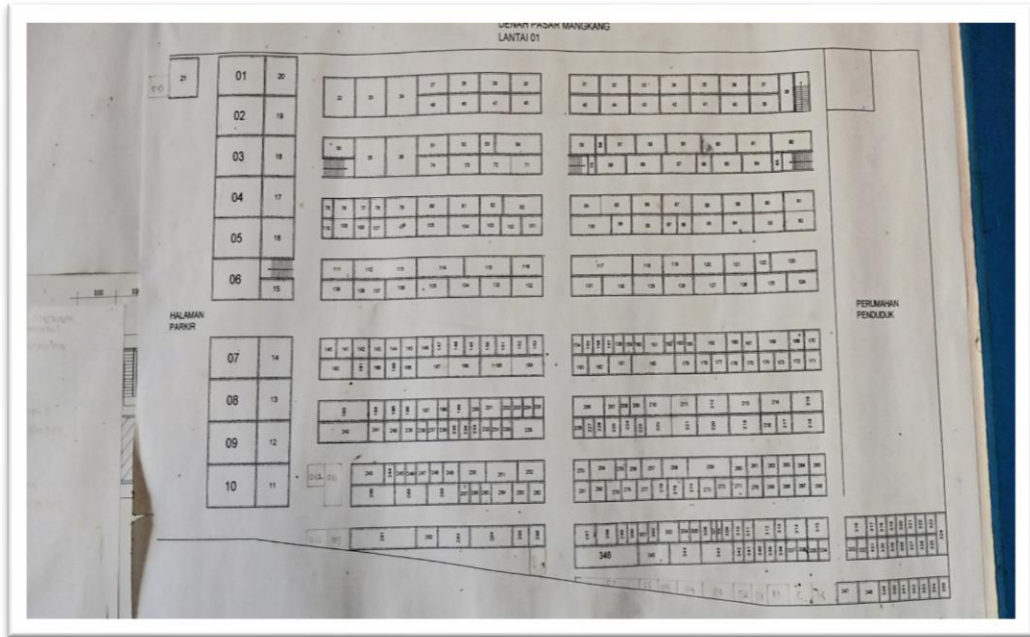
Para pedagang pasar tradisional mangkang kebanyakan berasal dari berbagai kelurahan-kelurahan yang ada di kecamatan Tugu, sebagian lainnya dari kecamatan Ngaliyan, ditambah lagi dari berbagai daerah yaitu Semarang barat, Mijen, bahkan ada juga yang berasal dari luar kota. Secara administratif, pasar tradisional Mangkang terletak di kelurahan Wonosari kecamatan Ngaliyan yang berada di sebelah barat kota Semarang. Pasar tradisional Mangkang terletak di pinggir jalan raya pantura semarang-kendal yang jaraknya cukup dekat dengan terminal Mangkang dan taman marga satwa Mangkang. Dulu pasar tradisional Mangkang dinamakan Pasar Wagean karena diseborang Pasar Mangkang tersebut ada perkampungan yang bernama Wagean, sehingga masyarakat sekitar menyebut Pasar Mangkang dengan sebutan Pasar Wagean.

---

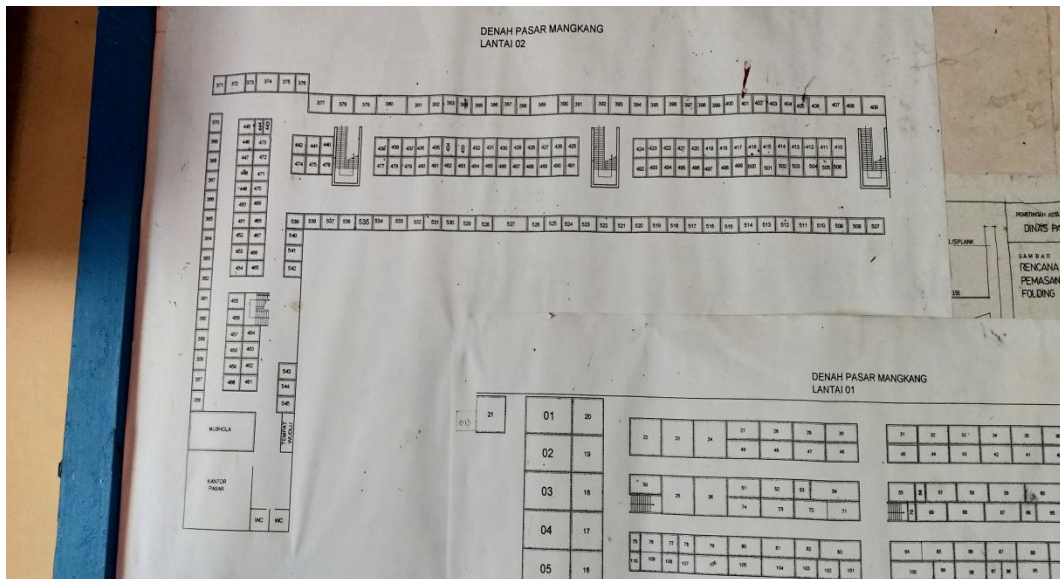
<sup>50</sup> Wawancara dengan Bapak Suparjo selaku Kepala Pasar Mangkang, 30 Agustus 2021.



Gambar 3.1  
Denah Pasar Tradisional Mangkang Lantai 1



Gambar 3.2  
Denah Pasar Tradisional Mangkang Lantai 2



Batas-batas wilayah Pasar Tradisional Mangkang adalah sebagai berikut:

1. Bagian selatan berbatasan dengan perumahan warga kemantren
2. Bagian utara bebatasan dengan Jalan Raya Pantura (Jalan Jendral. Urip Sumoharjo)
3. Bagian timur berbatasan dengan perumahan warga wonosari

#### 4. Bagian barat berbatasan dengan Jalan Koptu Suyono

Pasar tradisional Mangkang sendiri digolongkan sebagai pasar tradisional di Semarang yang berada dibawah naungan Dinas Perdagangan Kota Semarang. Pasar ini dibuka dari pagi hingga sore hari. Barang-barang yang dijual beraneka ragam mulai dari kebutuhan pokok sehari-hari, sayur-mayur, daging, ikan, bumbu, buah-buahan, perabotan rumah tangga dan pakaian. Penjual yang berdagang di pasar mangkang ini cukup banyak yakni sekitar 465 orang pedagang.

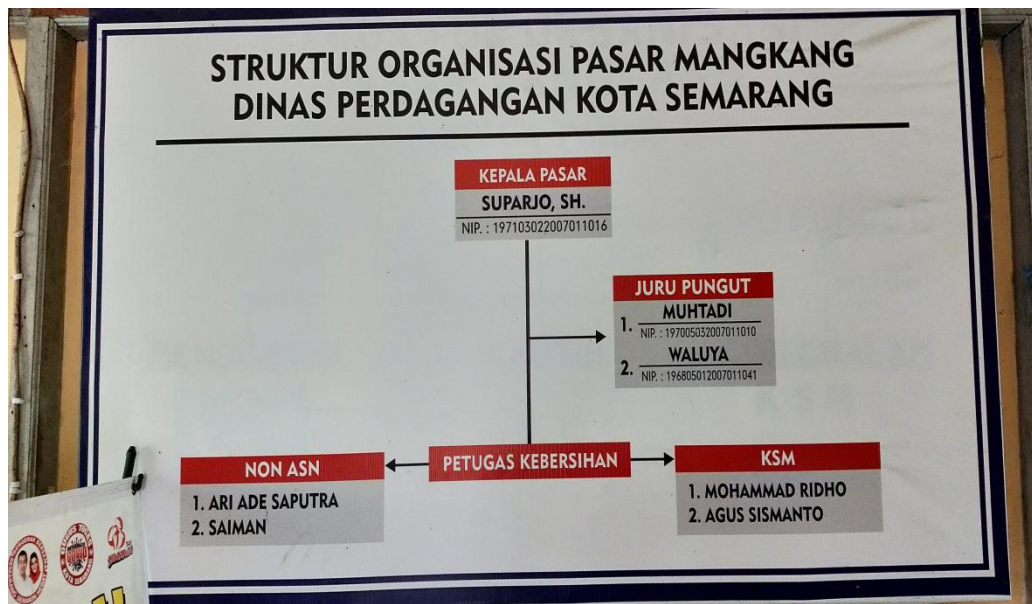
### **B. Kepemilikan dan Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Mangkang**

Secara kepemilikan, hak kepemilikan pasar tradisional Mangkang dimiliki oleh pemerintah Kota Semarang yang memberikan kewenangan kepada Kantor Dinas Perdagangan Semarang sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk mengurus aktivitas dan perkembangan pasar tradisional Mangkang.

Dalam garis koordinasinya, pasar tradisional Mangkang berstatus sebagai korwil dibawah naungan Dinas Perdagangan Kota Semarang secara langsung. Landasan dasar operasional pasar tradisional Mangkang adalah Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 9 Tahun 2013 Tentang Pengaturan Pasar Tradisional yang didalamnya memuat ketentuan tentang pemberian perizinan, hak dan kewajiban pedagang, larangan-larangan bagi pedagang dan lain sebagainya. Sedangkan Landasan dasar tentang retribusi pasar tradisional Mangkang adalah Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 25 Tahun 2018 Tentang Perubahan Tarif Retribusi Pelayanan Pasar yang didalamnya memuat besaran tarif, pembayaran, tata cara penagihan, besaran golongan dan lain sebagainya.

Didalam aktivitas operasional dan administrasi, secara langsung ditangani oleh Kantor Pasar yang bertugas menjadi Kepala Pasar adalah Bapak Suparjo SH yang dibantu oleh beberapa seksi yaitu seksi retribusi/juru pungut oleh Bapak Muhtadi dan Bapak Waluya, kemudian dalam hal kebersihan pasar memiliki 4 orang petugas yang terdiri dari 2 petugas non ASN yaitu Bapak Ari Ade Saputra dan Bapak Saiman, dan 2 petugas dari kelompok swadaya masyarakat atau KSM yaitu Bapak Mohammad Ridho dan Agus Sismanto.

Gambar 3.3



Sumber : Kantor Kepala Pasar Mangkang Semarang

Adapun tugas dari kepala pasar sendiri adalah sebagai koordinator dalam pelaksanaan administrasi pasar yang meliputi : PAD (Penerimaan Asli Daerah), kebersihan, ketertiban serta keamanan. Juru pungut atau seksi retribusi bertugas menarik retribusi dari para pedagang yang dilakukan setiap hari. Petugas kebersihan bertugas untuk membersihkan lingkungan di pasar tradisional Mangkang. Petugas keamanan bertugas untuk menjaga keamanan di lingkungan pasar tradisional Mangkang.

### C. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Mangkang

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, adapun jumlah pedagang yang ada di pasar tradisional mangkang berdasarkan kepemilikan bangunannya:

1. Kios : 26 pedagang
2. Los : 421 pedagang
3. Pancaan : 18 pedagang

Klasifikasi pedagang menurut jenis dagangannya:

Tabel 3.1

No	Jenis Dagangan	Jumlah
1.	Sembako	126

2.	Hasil Bumi	66
3.	Sayur-Mayur	56
4.	Ikan Laut	28
5.	Kelontong	19
6.	Roti dan Jajanan	32
7.	Pakaian	14
9.	Plastik	12
10.	Daging	8
11.	Daging Potong Ayam	15
12.	Buah	22
13.	Pancaan	50
Total		465

Sumber: data sekunder diolah 2021

Dari jumlah 465 pedagang jenis usaha yang dijalankan beraneka ragam yang dikelompokkan atau disebut zonasi diantaranya yaitu kelontong, sembako, sayuran, hasil bumi, daging dan ikan laut, serta makanan kecil. Didalam penelitian ini, peneliti mengambil 12 informan yang mewakili 465 pedagang yang ada di pasar tradisional Mangkang, diantaranya:

Tabel 3.2

Data informan pedagang dan pembeli di pasar tradisional Mangkang Semarang

No	Nama Pedagang	Alamat	Jenis Jualan
1.	Mintoyo	Perumahan Kaliwungu Indah	Sembako
2.	Nurul	Mangunharjo, Tugu	Jamu
3.	Hj. Sumanah	Podorejo, Ngaliyan	Jajanan
4.	Agus	Kemantren Wonosari, Ngaliyan	Gerabah / Perabotan Rumah Tangga
5.	Kamsinah	Pondok Sari, Mangkangkulon	Ikan Laut
6.	Hj. Al-Qoyyimah	Dondong Wonosari, Ngaliyan	Pakaian
7.	Hj. Yati	Krajan Mangkangwetan, Tugu	Buah-Buahan
8.	Alim Mutmainnah	Jl. Kuda Wonosari, Ngaliyan	Daging Kambing

9.	Helmi	Mangkangkulon, Tugu	Kelontong
10.	Kholil	Mangkangwetan, Tugu	Daging Ayam Potong
11.	Asmayah	Brangsong, Kendal	Sayur-Mayur
12.	Wawan	Dondong Wonosari, Ngaliyan	Kardus dan Plastik
13.	Muji Kuat (pembeli)	Kauman, Mangkangkulon	-
14.	Sofi (pembeli)	Plumbon, Wonosari Ngaliyan	-

Sumber : dara primer, diolah 2021

#### D. Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Mangkang

Sebagai salah satu fasilitas publik, pasar tidak dapat dipisahkan dengan sarana dan pra sarana yang ada didalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan pra sarana yang mendukung , kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan mungkin tidak akan berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, salah satunya adalah pasar tradisional Mangkang Semarang. Adapun sarana dan pra sarana yang ada di pasar mangkang adalah sebagai berikut:

1. Jumlah dan luas bangunan di pasar tradisional Mangkang

- a. Kios : 27 petak
- b. Los : 563 petak
- c. Pancaan : 31 petak
- d. Luas Dasar : 1.794,65 m<sup>2</sup>
- e. Luas Lahan : 2.737,00 m<sup>2</sup>
- f. Luas Bangunan : 3.034,25 m<sup>2</sup>

2. Fasilitas Umum

a. Musholla

Pasar tradisional Mangkang mempunyai 1 buah musholla yang terletak di lantai 2 dengan luas bangunan 18m<sup>2</sup> dengan sumber air berasal dari sumur artesis.

b. Tempat parkir

- 1) Luas lahan parkir di pasar tradisional Mangkang 493,5 m<sup>2</sup>
- 2) Daya tampung mobil sekitar 10 unit
- 3) Daya tampung motor sekitar 60 unit

c. TPS (Tempat Penampungan Sampah Sementara)

Pasar tradisional Mangkang memiliki 1 buah tempat penampungan sampah dengan luas 30 m<sup>2</sup> beserta 1 unit truk bak sampah yang setiap harinya mengangkut sampah yang penuh sehingga pengelola pasar bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup untuk mengangkut bak tersebut setiap harinya.

d. MCK

Pasar tradisional mangkang memiliki 5 buah mck dengan ukuran 15 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 3 buah di lantai atas dan 2 buah di lantai bawah. Adapun sumber air berasal dari sumur artesis.

e. Saluran Pembuangan

Kondisi atau drainase yang ada di pasar mangkang masih berfungsi, meskipun ketika hujan deras memerlukan waktu yang sedikit lama serta ada beberapa titik yang tergenang air.

f. Reklame

Ada satu papan reklame sebagai penunjuk lokasi pasar yang berada disebelah barat pasar dengan kondisi yang masih bagus.

g. Listrik

Pasar tradisional Mangkang memiliki aliran listrik dengan kapasitas maksimum 7000 watt.

h. Apar (Alat pemadam kebakaran)

Apar digunakan sebagai alat bantu untuk meamdamkan kebakaran, di pasar tradisional mangkang memiliki 7 buah, dengan ukuran 6 kg sebanyak 3 buah dan ukuran 3 kg sebanyak 3 buah.

## **E. Jalur Distribusi Barang di Pasar Tradisional Mangkang**

### **1. Jalur Pembelian Barang Dagangan**

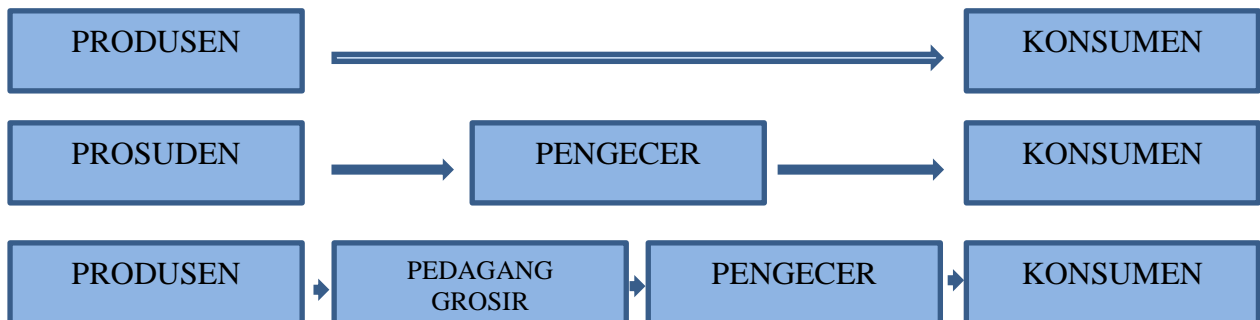
Pasar tradisional Mangkang merupakan salah satu pasar tradisional yang lengkap. Dimana didalamnya menyediakan berbagai jenis kebutuhan sehari-hari mulai dari sembako, buah-buahan, sayur mayur, ikan laut, daging ayam, jajanan, pakaian, dan lain-lain

Para pedagang di pasar tradisional memperoleh barang dagangan yang berasal dari pabrik (produsen), pedagang besar (grosir), maupun dari sales. Dalam keputusan pengambilan barang dagangan mempengaruhi harga pokok pembelian barang dagangan. Dengan kata lain, barang yang diperoleh langsung

dari pabrik tentunya akan lebih murah daripada barang yang diperoleh dari grosir atau salesman.

Gambar 3.4

Jalur Distribusi Barang di Pasar Tradisional Mangkang



Sumber : Kantor Pasar Tradisional Mangkang Semarang, 2021

## 2. Jalur Penjualan Barang Dagangan

Barang yang telah diperoleh pedagang selanjutnya akan dijual kembali kepada konsumen akhir. Barang dagangan yang dijual kembali kepada pedagang bersifat grosir. Para pembeli (yang akan menjual kembali) datang dari sesama pedagang di pasar ada juga yang berasal dari luar pasar tradisional Mangkang. Barang yang telah diperoleh dari pedagang tersebut nantinya akan dijual kembali kepada konsumen akhir melalui perdagangan menggunakan kios ataupun dijual menggunakan sistem keliling kampung (mendreng). Biasanya pembeli ini adalah para ibu-ibu yang membeli di pasar untuk kemudian dijual kembali di wilayah tempat tinggalnya dengan sistem kredit, produk yang dijual belikan biasanya adalah pakaian, perabotan rumah tangga. Selain menggunakan sistem kredit, ada juga yang menjual dengan pembayaran secara langsung atau tunai, sebagai contohnya adalah pedagang sayur keliling.

Para pedagang di pasar tradisional Mangkang juga menjual kembali barang dagangannya kepada konsumen akhir dengan sistem ecer yang nantinya akan terjadi proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Hanya saja, harga dengan sistem ecer ini akan sedikit lebih mahal ketimbang antar sesama pedagang.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Produk yang bervariasi dan harga yang murah meningkatkan minat beli masyarakat

##### 1. Harga produk yang lebih terjangkau oleh masyarakat

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh nantinya dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Dengan menetapkan harga yang tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah, selain merusak harga di pasaran juga keuntungan yang akan didapat juga rendah pula. Begitu juga dengan keadaan pasar tradisional Mangkang, barang-barang yang diperjualbelikan disini terbilang cukup murah dan terjangkau dibandingkan dengan harga pasar swalayan yang ada disekitar pasar tradisional Mangkang. Hal ini diungkapkan oleh salah satu penjual pakaian yang sudah lama berjualan disini. Beliau mengungkapkan bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan anjay, karena disini menggunakan sistem tawar-menawar, berbeda dengan anjay yang harganya sudah ditetapkan lewat bandrol yang tidak dapat ditawar lagi.

*“Nek di pasar mangkang dek, ngga bisa disamakan dengan pasar swalayan yang sudah ada banderol harganya. Kalo disini pembeli yang datang ya pasti ada sistem tawar-menawar”<sup>51</sup>*

Selain itu, dengan harga produk yang murah dapat mempengaruhi minat beli masyarakat, sehingga roda perekonomian akan terus berjalan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antar lain:

- 1) Tidak adanya intervensi harga dari pihak manapun kecuali jika terjadi kekacauan harga
- 2) Biaya retribusi rendah
- 3) Biaya produksi murah

Peminat pembeli cukup besar biasanya pada akhir pekan. Pertimbangan mendasar dari konsumen terutama kalangan ibu rumah tangga dalam membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari adalah adalah harga. Harga yang lebih rendah akan lebih diminati karena akan mengurangi biaya kebutuhan sehari-hari sehingga

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Rabu, 1 September 2021



dapat dialihkan untuk keperluan lainnya. Seperti yang diungkapkan Ibu Asmaiyah, sebagai pedagang sayur beliau mengungkapkan bahwa pembeli yang datang biasanya lebih banyak pada hari sabtu-minggu karena merupakan hari libur, keuntungan yang beliau dapatkan biasanya dua kali lipat dibanding hari biasa. Mayoritas pembeli yang datang dilaporkannya mayoritas adalah kalangan ibu rumah tangga.

*“Kebanyakan pembeli yang berbelanja mayoritas ibu-ibu rumah tangga, ya memang namanya pasar setiap hari pasti ramai. Cuma nek hari sabtu-minggu biasanae luwih ramai ketimbang hari-hari biasa.”*<sup>52</sup>

Pernyataan lain juga diungkapkan oleh Ibu Sofi, salah seorang pembeli yang hampir setiap hari menyempatkan untuk berbelanja di pasar tradisional Mangkang. Beliau mengatakan bahwa setiap pagi setelah mengantarkan anaknya berangkat sekolah yang lokasinya tidak jauh dari pasar, beliau sering menyempatkan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari karena di pasar tradisional Mangkang ini barang-barang yang dijual harganya lebih murah dan komplit dibanding dengan penjual sayur keliling atau yang biasa disebut warung keli.

*“meh saben dino aku mampir pasar mas, saben isuk bar ngeterke anakku sekolah seng sekolahane mburi pasar kui to.. soale neng kene barange kan komplit tur murah sisan, nek ngenteni warung keli seng lewat kadang orak mesti, mbekan regone yo kecek”*<sup>53</sup>

Intervensi harga di pasar tradisional Mangkang hanya akan dilakukan ketika terjadi kekacauan harga. Dalam hal ini, Kepala Pasar melakukan pemantauan terhadap harga di pasar setiap hari. Jika harga dalam kondisi normal maka tidak ada alasan untuk menetapkan harga yang hanya akan mengacaukan harga pasar. Sebaliknya jika harga tidak sesuai, maka akan dilakukan analisa penyebab kenaikan atau penurunan harga yang drastis untuk selanjutnya dilakukan langkah-langkah pemecahan masalah.

Perhatian pemerintah dalam hal ini melalui kepala pasar tradisional mangkang membantu kelancaran dalam bertransaksi, karena jika kenyamanan pembeli terganggu akan berdampak pula dengan pendapatan para pedagang.

Pasar merupakan instrumen fundamental untuk membangun ekonomi rakyat, sehingga Islam meanaruh perhatian khusus terhadap pasar. Rasulullah SAW merupakan seorang pedagang sejak usia 7 tahun, beliau diajak oleh pamannya Abi

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Asmaiyah, Rabu, 1 September 2021

<sup>53</sup> Wawancara dengan Ibu Sofi, Kamis, 2 September 2021

Thalib berdagang ke negeri Syam. Beliau sangat menolak terhadap penentuan kebijakan penetapan harga, selama kenaikan maupun penurunan harga yang terjadi di pasar dipengaruhi oleh kekuatan permintaan penawaran murni, bukan karena monopoli maupun kecurangan lainnya.

Di dalam mekanisme pasar islami, sebuah harga pembentukan harga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran dari penjual dan pembeli dimana transaksi tersebut didasari atas suka sama suka. Pasar yang adil tidak boleh ada intervensi dari pihak manapun. Di pasar tradisional Mangkang sendiri tidak ada intervensi harga, seperti yang disampaikan Ibu Alim Mutmainnah ketika ditanya mengenai penetapan harga. Beliau mengatakan sebagai seorang penjual daging kambing dan sapi sudah ada penetapan dari para pedagang daging, jadi satu dengan penjual daging yang lain harganya sudah disamakan supaya tidak terjadi perusakan harga di pasaran.

*“nek di sini hargane sudah disamakan antar sesama bakul daging mas, dan beberapa bakul pemasok dagingnya juga berasal dari juragan yang sama”<sup>54</sup>*

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, Ibu Hj. Al-Qoyyimah seorang pedagang pakaian juga mengatakan bahwa didalam penentuan harga ini tidak dapat disamakan dengan supermarket, karena di pasar tradisional ini sistemnya menggunakan sistem tawar menawar. Jadi jika menentukan menentukan harga pasti di pasar tidak bisa, namun untuk harga standar bisa.

*“kaitannya dengan harga jual ngga bisa disamakan dengan supermarket dek, karena yang namanya pasar kan pasti ada sistem tawar menawarnya. Namun untuk harga standar bisa ditentukan”<sup>55</sup>*

Pernyataan lain juga dikemukakan oleh Ibu Kamsinah, sebagai seorang penjual ikan beliau mengatakan bahwa harga yang beliau tetapkan tergantung dengan kondisi ikan, jika ikan yang diperoleh dari nelayan banyak maka harganya murah. Namun sebaliknya, jika ikan yang diperoleh dari nelayan sedang sulit atau langka, maka harganya sedikit mahal.

*“ben dino aku adol iwak loh mas, aku jikuke seko wong-wong nelayan seng iwake seh seger-seger. Nek pas lagi usum iwak regone yo murah, neng nek lagi wayah rendeng utowo iwake rodok longko yo regone nyesuaike seko nelayane kui”<sup>56</sup>*

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Ibu Alim Mutmainnah, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>55</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Rabu 1 September 2021

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ibu Kamsinah, Selasa 31 Agustus 2021

Rasulullah sangat tidak setuju dengan penentuan harga, karena harga harus berjalan secara alami dan apa adanya. Pemerintah hanya boleh melakukan intervensi harga ketika terjadi kekacauan harga misalnya terdapat penimbunan, monopoli perdagangan, dan sebagainya.

Dengan mengambil barang langsung dari distributor maupun sales tentunya harga yang diperoleh juga akan lebih murah karena tidak memerlukan biaya transportasi, maka jelas harga di pasar tradisional Mangkang cenderung lebih murah. Selain harga yang murah, ciri khas dari pasar tradisional juga adanya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Seperti yang diungkapkan oleh Mas Wawan yang menjual plastik dan kardus, beliau mengatakan jika barang yang dijualnya diperoleh dari sales yang menyetorkan langsung ke tempatnya, sehingga beliau tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk kulakan. Dengan begitu, beliau dapat memaksimalkan keuntungan yang didapat.

*“Dulu sebelum ada sales yang nyetor aku kulakan dulu mas, kadang di johar kadang di kaliwungu. Kalo sekarang sudah ada distributor sendiri lewat sales yang nyetori selain memudahkan juga menghemat ongkos produksi karena tidak keluar biaya untuk transportasi kulakan, sehingga keuntungan yang didapat bisa maksimal”<sup>57</sup>*

Menurut Bapak Suparjo, Selaku Kepala Pasar Tradisional Mangkang tarif retribusi pasar sudah ada ketentuannya sendiri.

*”Untuk retribusi pasar sendiri, penarikan retribusi tersebut sudah ditetapkan berdasarkan Perda yang berlaku saat ini. Namun ada kriteria tersendiri yaitu kriteria kios dan kriteria los. Selama pandemi covid-19 ini ada kebijakan diskon 50% untuk retribusi pasar, rata-rata penjual los dan kios membayar retribusi bulanan mulai dari seratus ribu rupiah hingga seratus lima puluh ribu rupiah. Untuk pedagang yang tidak memiliki kios dan los hanya membayarkan uang kebersihan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Kamsinah, sebagai penjual ikan beliau hanya mengeluarkan Rp. 2.000 setiap harinya untuk retribusi pasar.”<sup>58</sup>*

Berbeda halnya dengan Ibu Hj. Sumanah yang memiliki los berjualan, beliau mengeluarkan iuran kebersihan perbulannya Rp. 15.000, iuran listrik Rp. 30.000, dan iuran keamanan perbulan Rp. 10.000. Meski begitu beliau tidak merasa keberatan karena untuk kepentingan pembangunan pasar dan kebersihan pasar.

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Mas Wawan, Kamis 2 September 2021

<sup>58</sup> Wawancara dengan Ibu Kamsinah, Selasa 31 Agustus 2021

*“nek kanggo karcis pasar perwulane aku bayar kanggo kebersihan Rp. 15.000, listrik Rp.30.000, keamanan Rp.10.000. kabeh kui dibayarke demi kemanan lan kenyamanan pasar mas.”*<sup>59</sup>

Hal ini tentu akan mempengaruhi harga jual dari pedagang. Semakin sedikit biaya yang dikeluarkan untuk modal, maka semakin murah pula harga yang akan didapatkan oleh pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah, faktor yang mempengaruhi permintaan dan konsekuensinya terhadap harga adalah biaya sewa yang dibebankan kepada pedagang. Dengan jenis produk yang sama pedagang yang memiliki tanggungan biaya sewa tentunya akan memberikan biaya yang sedikit tinggi daripada pedagang yang tidak memiliki tanggungan sewa.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, pasar tradisional Mangkang berpotensi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, dalam hal ini terlihat dari harga produk yang lebih murah dan terjangkau dibanding dengan pasar swalayan disekitarnya, sehingga membantu meringankan masyarakat golongan kebawah untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Dengan harga yang terjangkau, masyarakat golongan kebawah bisa membeli dengan kemampuannya.

## **2. Produk yang dijual lebih bervariasi**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan dan dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pasar tradisional Mangkang adalah pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang baik serta halal, karena mayoritas pedagang di pasar tradisional Mangkang adalah seorang muslim. Produk yang dijual di pasar tradisional Mangkang sangat beragam, mulai dari kebutuhan pangan, kebutuhan sandang, dan berbagai peralatan rumah tangga lainnya.

Bervariasinya produk yang ditawarkan akan mendorong permintaan yang tinggi. Dalam ajaran Islam, permintaan pelanggan yang diperbolehkan hanya permintaan untuk barang-barang yang *halal* dan *thoyyib*, tidak ada permintaan barang untuk kemewahan dan kemubadziran. Hal ini sejalan dengan permintaan di pasar tradisional Mangkang yang pada umumnya melakukan pembelian untuk kebutuhan sehari-hari. Sayur-mayur, buah-buahan, daging, ikan laut yang masih

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah, Selasa 31 Agustus 2021

dalam kondisi segar menjadi salah satu alasan masyarakat untuk membeli barang di pasar tradisional Mangkang.

Seperti yang disampaikan oleh Pak Muji, salah satu pembeli di pasar tradisional Mangkang ini, sebagai seorang penjual nasi goreng, beliau mengatakan hampir setiap hari berbelanja di pasar tradisional Mangkang untuk memenuhi kebutuhan bahan-bahan nasi goreng seperti beras, bumbu, daging ayam, sayur-sayuran. Alasan mendasar karena disini menjual komplet bahan-bahan yang dibutuhkan, sehingga tidak perlu berpindah-pindah ke pasar lain.

*“Meh bendino aku belonjo neng pasar mangkang mergo neng kene kebutuhan-kebutuhan seng tak perluke kanggo dodolan sego goreng wes ono mas, nek ndisik aku nyok neng pasar kaliwungu mbarang”.*<sup>60</sup>

Dengan kata lain, banyaknya jumlah pedagang dan bervariasinya produk yang dijual belikan mendorong pembeli di pasar tradisional Mangkang lebih banyak. Produk yang bervariasi menjadi salah satu potensi di pasar tradisional Mangkang.

### **3. Eksistensi Pasar Mangkang**

Ditengah berkembangnya pembangunan infrastruktur yang ada di Jawa Tengah khususnya di Kota Semarang, dalam hal ini khususnya pasar Tradisional Mangkang. Meskipun lokasinya berdekatan dengan pasar swalayan dan deretan mini market yang lokasinya hanya berjarak 300 m, pasar tradisional Mangkang dapat mempertahankan eksistensinya sampai saat ini. Hal ini dikarenakan pasar tradisional mempunyai segmen konsumennya sendiri, permintaan dan daya beli masyarakat yang masih tinggi, hampir setiap harinya pasar tradisional Mangkang selalu ramai oleh aktivitas perekonomian antara penjual dan pembeli. Adanya perhatian dari pemerintah menjadi salah satu faktor pendukung eksistensinya pasar tradisional Mangkang. Pemerintah memberikan perhatian terhadap pengelolaan pasar melalui Kepala Pasar dengan melaksanakan tugasnya sebagai *hisbah* atau pengawas pasar, diantaranya:

- 1) Mengawasi harga di pasar
- 2) Mencegah penipuan dipasar seperti kecurangan dalam timbangan dan ukuran
- 3) Pencegah penjualan barang yang rusak, serta tindakan-tindakan yang merusak moral.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Pak Muji, Kamis 2 September 2021

Hal ini diungkapkan Bapak Suparjo SH selaku Kepala Pasar tradisional Mangkang, beliau setiap harinya melakukan pemantauan harga kepada para pedagang untuk mengetahui informasi harga terkini. Sebab dahulu pernah terjadi kenaikan harga yang signifikan pada beberapa barang kebutuhan sehari-hari ketika mendekati hari-hari besar dan hari raya. Namun untuk setiap harinya harga masih sama dan cenderung stabil.

*“Setiap harinya saya melakukan pemantauan dan pengawasan harga dikalangan para pedagang, hal tersebut guna mencegah terjadinya kekacauan harga. Sebab, dulu sempat terjadi kekacauan harga pada kebutuhan pokok, biasanya saat-saat mendekati hari raya.”*<sup>61</sup>

Eksistensi pasar tradisional Mangkang lainnya adalah segmentasi atau konsumennya sendiri.

*“Harga dipasar mangkang sebenarnya masih dibawah dengan pasar modern atau pasar swalayan dengan sistem transaksi yang masih tawar menawar, untuk kualitas produk sebenarnya sama hanya yang membedakan dari segi kemasan dan tempat. Selain hal itu, dengan berbelanja di pasar tradisional Mangkang dapat menumbuhkan persaudaraan antara penjual dan pembeli”.*<sup>62</sup>

Perhatian lain dari pemerintah terkait retribusi pasar. Selama pandemi covid-19 ini ada potongan retribusi 50% kepada para pedagang di pasar tradisional Mangkang. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Helmi, sebagai pedagang toko kelontong beliau mengatakan

*“Dulu sebelum ada pandemi harus membayar karcis pasar sebesar Rp.295.000, namun semenjak pandemi ini ada diskon 50% sehingga hanya membayar Rp.150.000 meskipun bantuan dari pemerintah bukan dalam bentuk dana, setidaknya ini sedikit membantu, apalagi untuk para pedagang-pedagang kecil yang ada di pasar ini”.*<sup>63</sup>

Eksistensi lain dari pasar tradisional Mangkang adalah menciptakan lapangan pekerjaan. Pasar tradisional sudah menjadi bagian yang melekat dalam kehidupan bermasyarakat. Bagi sebagian orang menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar. Maka dari itu, keberadaan pasar vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Dalam kegiatan sehari-hari pasar bisa diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli. Namun dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartikan sebagai tempat, namun lebih mengutamakan pada kegiatan jual

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Bapak Suparjo, Kepala Pasar, Senin 30 Agustus 2021

<sup>62</sup> *Ibid.*

<sup>63</sup> Wawancara dengan Bapak Helmi, Selasa 31 Agustus 2021

beli tersebut. Bukan hanya itu, pasar merupakan penunjang peningkatan pendapatan masyarakat.

Seperti keterangan yang disampaikan oleh penjual gerabah Bapak Agus, beliau mengatakan

*“Semenjak dari remaja saya sudah membantu orang tua berjualan di pasar mas, jadi setelah lulus sekolah SMA, karena lingkungan dan didikan keluarga saya lebih memilih meneruskan usaha orang tua dengan berjualan di pasar tradisional Mangkang”.*<sup>64</sup>

Keterangan lain juga disampaikan oleh Mas Wawan yang berjualan plastik, dahulu beliau bekerja di sebuah bengkel di sekitaran jalan pantura semarang-kendal, namun karena bengkel tersebut telah tutup akhirnya beliau memilih berjualan di pasar.

*“Dulu sebelum berjualan di pasar mangkang, saya sempat kerja ikut orang di salah satu bengkel di sekitaran pantura mangkang sini mas, bekerja di pabrik juga pernah selama 3 tahunan, lalu saya berjualan plastik di pasar mangkang ini, kan kebetulan orang tua kan juga berjualan disini”.*<sup>65</sup>

Selaras dengan keterangan Mas Wawan, Bapak Mintoyo sebagai pedagang sembako, beliau mengatakan dahulu sebelum menjadi pedagang di pasar tradisional Mangkang, beliau bekerja di salah satu perusahaan yang ada di Kota Semarang, namun karena terjadi pengurangan karyawan saat itu, beliau memutuskan untuk beralih profesi menjadi pedagang.

*“Sebelum berdagang, saya sempat bekerja di salah satu perusahaan kurang lebih 20 tahunan”.*<sup>66</sup>

Dari keterangan lain juga disampaikan oleh Mba Nurul, sebelum menjadi seorang penjual jamu, beliau dulu bekerja di salah satu minimarket, namun karena dampak pandemi covid-19 terjadi pengurangan karyawan.

*“Ndisik to bar lulus sekolah aku kerjo neng alfamart irigasi kae mas, setahunan bar kui resign”.*<sup>67</sup>

Berbeda halnya dengan Bapak Kholil dan Ibu Hj. Yati, beliau mempunyai karyawan di tempat losnya untuk membantu berjualan. Pak Kholil sebagai penjual daging potong ayam mempunyai dua orang karyawan yang bertugas

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Bapak Agus, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>65</sup> Wawancara dengan Mas Wawan, Kamis 2 September 2021

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Mintoyo, Senin 30 Agustus 2021

<sup>67</sup> Wawancara dengan Mba Nurul, Senin 30 Agustus 2021

untuk melayani pembeli, karyawan tersebut merupakan tetangga beliau sendiri. Serupa dengan Ibu Hj. Yati, sebagai seorang penjual buah beliau mempunyai seorang karyawan yang juga merupakan tetangganya sendiri, beliau mengatakan harapannya suatu saat dengan berjualan ini dapat memberikan lapangan pekerjaan di pasar tradisional Mangkang ini sehingga dapat membantu lebih banyak orang-orang disekitarnya.

*“Kanggo ngringanke gaweanku, kae tonggoku yo tak jak kerjo neng pasar le. Tak kon ngrewangi nek ono wong tuku”*.<sup>68</sup>

Berdasarkan pengamatan peneliti, pasar tradisional Mangkang selain sebagai tempat transaksi jual beli juga menyerap tenaga tenaga kerja yang cukup banyak. Untuk pembagian jenis lapangan pekerjaan, peneliti mengidentifikasi lapangan pekerjaan menjadi dua, yaitu sektor formal dan informal

- 1) Lapangan pekerjaan yang bersifat formal terdapat petugas pengelola pasar meliputi Kepala Pasar, serta staff penanggung jawab di berbagai bagian seperti petugas juru pungut retribusi, dan petugas kebersihan.
- 2) Dari hasil analisis yang diperoleh di lapangan, pekerjaan yang bersifat non formal meliputi pedagang pasar, karyawan toko, serta penyedia lapangan layanan jasa seperti tukang ojek, kuli panggul, tukang parkir.

Dengan adanya pasar tradisional Mangkang ini terjadi peningkatan pendapatan perdagangan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat di sekitar pasar tradisional Mangkang, mewujudkan kemandirian individu maupun masyarakat dengan melakukan kegiatan produktif memiliki target untuk mencapai swasembada, hal tersebut bertujuan agar tercapainya kesejahteraan umat dan tidak bergantung pada orang lain. Disi lain, dengan adanya pasar tradisioanal Mangkang diharapkan tidak hanya berdampak pada kesejahteraan para pedagang namun juga dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar pasar mangkang.

## **B. Pedagang di Pasar Tradisional Mangkang Jalani Etika Bisnis Rasulullah**

Adapun analisis perilaku pedagang pasar tradisional Mangkang dalam pandangan etika bisnis Islam dengan menggunakan keempat sifat Rasulullah didalam perdagangan:

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Bapak Kholil dan Ibu Yati, Selasa 31 Agustus 2021



## 1. Kejujuran *Shiddiq*

Kejujuran merupakan sesuatu yang wajib dalam setiap aktivitas bisnis, dalam hal ini perdagangan. Cakupan jujur ini sangat luas, diantaranya tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan barang yang cacat, menimbang barang dengan tepat dan lain-lain. Dengan berperilaku jujur menunjukkan kebenaran dan meyakini betul bahwa membohongi pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Ketika seseorang orang telah dibohongi, akibatnya mereka enggan untuk bertransaksi bisnis lagi karena kecewa.<sup>69</sup> Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang di pasar tradisional Mangkang menunjukkan:

### a. Penyampaian kondisi barang

Dari 12 informan pedagang yang diwawancarai, seluruhnya telah menyampaikan barang secara jujur dan apa adanya. Informan menyatakan dengan kejujuran aktivitas bisnisnya dapat berjalan dengan lancar dan tidak dihantui oleh rasa kekhawatiran.

Seperti yang dilakukan oleh pedagang grabah bapak Agus, beliau menyampaikan kelebihan dan kekurangan barang-barang perabotan rumah tangga yang dijualnya sebelum pembeli memutuskan untuk membeli. Sehingga setelah dikomporasi barang tersebut, pembeli tidak kesulitan unruk memilih.

*“Aku nek ngedoli wong tuku biasane tak jelaske ndisik mas, ono rego ono rupo. Seko kualitas barange, kelebihan dan kekurange piye.. dadi ben wong seng arep tuku ora bingung”.*<sup>70</sup>

Sebuah informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh pembeli karena sangat menentukan pilihannya. Sebagai seorang pedagang muslim tidak boleh mengada-ada apalagi sampai membohongi pembeli terhadap barang yang dijualnya agar pembeli merasa tidak kecewa.

Penuturan lain juga disampaikan oleh pedagang jamu mbak nurul, ia menuturkan bahwa jamu-jamu yang dibuatnya 100% alami tanpa ada campuran pengawet, keahliannya tersebut diperoleh dari orang tuanya.

*“Jamu seng tak dol halal dan alami 100% ora nganggo pengawet mas”.*<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> Aqil Barqi Yahya, “Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha”, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, IAIN Ponorogo, 2020, hal. 95.

<sup>70</sup> Wawancara dengan Bapak Agus, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>71</sup> Wawancara dengan Mbak nurul, senin 30 agustus 2021

Selain itu, bentuk lain kejujuran penyampaian kondisi barang oleh penjual jajanan dan ciki-cikian Ibu Hj. Sumanah, menuturkan kepada pembeli jika makanan atau roti-rotian yang beliau jual sesuai apa adanya, jika roti-roti tersebut dalam keadaan baru maka beliau mengatakan baru, dan sebaliknya jika sudah lama ya mengatakan lama.

*“karang wong dodol kan kudu jujur ya mas, iki misale roti seng ntes teko ya tak omongke nek anyar ntes teko, nek wes wingi ya tak omongke wingi”*.<sup>72</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Mintoyo pedagang sembako.<sup>73</sup>

b. Penetapan ukuran barang yang dijual

Dari 12 informan pedagang yang diwawancarai, ada 2 orang yang kadang-kadang saja mereka tidak jujur dalam menetapkan ukuran barang kepada pembeli.

Seperti yang dilakukan oleh pedagang daging ayam potong Bapak Kholil menuturkan setiap kali ada pembeli yang datang selalu memperlihatkan kepada pembeli mulai dari memotong ayam menjadi beberapa bagian hingga ditimbang. Hal tersebut dilakukan supaya pembeli yakin dan puas terhadap daging ayam yang dibelinya.

*“Iki misale ono wong tuku tak dohke mas, mulai pitik seng jek utuh sampe tak tugel-tugel tekan tak timbang tak dohke karo seng tuku ben puas ra”*.<sup>74</sup>

Hal senada juga dituturkan oleh Ibu Alim Mutmainnah dan Ibu Kamsinah.<sup>75</sup>

Masih dalam ukuran timbangan, Bapak Mintoyo sebagai pedagang sembako mengungkapkan dalam kesehariannya barang yang dijualnya berbagai macam ukuran dan takaran. Misalnya ada pembeli yang ingin membeli gandum dengan ukuran kecil kecil namun dengan jumlah banyak. Tentunya beliau sudah mempersiapkan terlebih dahulu, untuk mengantisipasi kejenuhan pembeli yang menunggu. Namun jika stok tersebut kurang, beliau memperlihatkan takaran saat menimbang untuk memberikan kepuasan dan kemantapan terhadap takaran tersebut.

*“Masalah takaran timbangan biasanya saya sudah menyediakan dulu yang ukuran kecil mas, namun jika jumlahnya banyak ya tak buntelin. Lalu pembeli juga melihat takaran timbangan tersebut”*.<sup>76</sup>

---

<sup>72</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>73</sup> Wawancara dengan Bapak Mintoyo, Senin 30 Agustus 2021

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bapak Kholil, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>75</sup> Wawancara kepada beberapa pedagang di pasar tradisional Mangkang

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Mintoyo, Senin 30 Agustus 2021

Selain itu bentuk kejujuran dalam penetapan ukuran juga disampaikan oleh Ibu Hj. Al-Qoyyimah, beliau mengatakan

*“Pakaian-pakaian yang saya jual adalah sesuai dengan ukuran dari pabriknya sehingga tidak tak tambah atau tak kurang ukuran bentuknya”*.<sup>77</sup>

Namun, di lapangan juga ditemukan 2 pedagang yang kadang-kadang tidak jujur dalam hal penetapan ukuran barang. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Asmayah bahwa ketika ramai pembeli yang datang ke tempatnya, beliau mengaku sesekali tidak menyempurnakan takaran timbangan dikarenakan harus cepat melayani pembeli supaya semua pembeli dapat terlayani dengan baik.

*“Yo piye ya mas, kadang nek pas rame seng tuku kene kan kudu cepet juga nek ngelayani. Dadi kadang nek pas wayah nimbang yo kudu cepet juga”*.<sup>78</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Mbak Nurul, takaran jamu yang dijualnya hanya berdasarkan perkiraannya saja.

*“Terus terang nek bunteli jamu kudu ditaker utowo ditimbang nganggo timbangan gram kae kesuen mas, kedik sisan. Yo pokokmen angger kiro-kiro tak paske plastik wae”*.<sup>79</sup>

Berlaku jujur dalam berbisnis sudah dipraktekkan oleh Rasulullah SAW ketika beliau berdagang. Dalam menjalankan bisnisnya, Rasulullah penuh kejujuran dan keadilan, sebisa mungkin beliau tidak ingin melihat pelanggannya mengeluh. Sikap yang ditunjukkan Rasulullah penting untuk dijadikan teladan dalam aktivitas bisnis maupun perdagangan di era sekarang.<sup>80</sup> Sebagaimana firman Allah dalam Surat Al-Isro' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ  
تَأْوِيلًا

*Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang di pasar tradisional Mangkang sudah sesuai dengan prinsip *Siddiq*. Akan tetapi dalam hal

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Rabu 1 September 2021

<sup>78</sup> Wawancara dengan Ibu Asmayah, Rabu 1 September 2021

<sup>79</sup> Wawancara dengan Mbak Nurul, Senin 30 Agustus 2021

<sup>80</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2013, hal. 153.

penetapan ukuran barang yang dijual masih ada beberapa pedagang yang belum jujur.

Menurut pengamatan peneliti, kejujuran harus ditanamkan pada jati diri manusia. Karena dengan berperilaku jujur akan menumbuhkan sikap tanggung jawab pada diri seseorang, apalagi di dalam hal ini yang berkaitan dengan bisnis perdagangan. Pedagang harus bersikap jujur kepada konsumen, agar keberkahan tetap ada dalam setiap kegiatan bisnisnya. *Siddiq* membentuk perilaku agar tidak curang, menjual barang sesuai dengan kondisi apa adanya, tidak mengurangi takaran atau timbangan. Pedagang yang berperilaku *Siddiq* akan selalu dipercaya dan dicari konsumen, hal inilah yang akan menjadikan pembeli merasa puas dan menjadi pelanggan tetap. Sekali saja konsumen dibohongi, akan berdampak pada hari-hari berikutnya dan bisa jadi bercerita yang kurang baik kepada calon-calon pembeli lain.

## 2. Kepercayaan *Amanah*

*Amanah* berarti dapat dipercaya. Dalam konteks fiqh, amanah berarti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda.<sup>81</sup> Dalam aktivitas bisnis, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang erat, karena jika seseorang berlaku jujur pastilah orang tersebut *Amanah* (dapat dipercaya). Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang di pasar tradisional Mangkang menunjukkan:

### a. Menepati janji saat berdagang

Dari 12 informan pedagang yang diwawancarai, ada 2 orang yang kadang-kadang tidak menepati janji saat berdagang.

Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Alim Mutmainnah, sebagai penjual daging sapi dan kambing beliau mengatakan ketika mendapatkan pesanan, beliau berusaha untuk memenuhinya. Beliau mengutamakan pembeli yang memberi dp terlebih dahulu sebagai tanda jadi agar dicarikan jumlah pesanan yang diinginkan oleh pembeli.<sup>82</sup> Berbeda halnya dengan Ibu Hj. Sumanah dan Mbak Nurul, biasanya keduanya sering dititipi belanjaan oleh pembeli untuk ditinggal beberapa waktu agar tidak repot ketika pembeli tersebut ingin

---

<sup>81</sup> Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Walisongo, Vol.19, No.1*, UIN Walisongo, Mei 2011, hal. 146.

<sup>82</sup> Wawancara dengan Ibu Alim Mutmainnah, Selasa 31 Agustus 2021

berbelanja kebutuhan lain, dengan catatan orang tersebut adalah dikenal. Kedua pedagang tersebut pun tidak merasa keberatan.

*“Biasane nek ono wong titip belonjo sedelok sanajan ora tuku yo rapopo mas, seng penting sanjang tur kenal karo wong seng nitip belonjonan kui”*.<sup>83</sup>

Berbeda halnya dengan Ibu Hj. Yati, bagi pedagang berupaya menjaga amanah pembeli dengan menepati janji adalah hal yang tidak mudah dilakukan. Sebagai penjual buah-buahan beliau menuturkan pernah ada pembeli yang memesan namun dalam beberapa hari tak kunjung datang, sehingga beliau menjualnya ke orang lain agar tidak merugi akibat buah tersebut layu dan membusuk.

*“Ndisik kui pernah ono wong tuku seng pesen buah mas, bar wes semayanan tekan nggone orak dijikuk-jikuk. Timbang aku rugi mergo buahe selak bosok akhire tak dol karo wong liyo”*.<sup>84</sup>

Penuturan lain juga disampaikan oleh Ibu Hj. Al-Qoyyimah beliau mengungkapkan pernah ada pembeli yang pesan pakaian ditempatnya, namun karena model pesanan tersebut stoknya sedang kosong, beliau meminta maaf dan menjelaskan pesanan tersebut tidak dapat terpenuhi olehnya.

*“Karang wong dodol ya dek, pasti ada pembeli yang pesen juga untuk dicarikan pakaian yang model begini. Tapi karena memang barang yang dipesan modelnya sudah tidak keluar lagi ya pesanan tidak dapat terpenuhi. Namun ya tetep tak kasih saran barang yang sejenis pesanan tersebut”*.<sup>85</sup>

b. Mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan

Dari 12 informan pedagang, tidak seluruhnya mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan. Ada 3 orang pedagang yang kadang-kadang tidak *Amanah* mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan (dalam hal ini retur barang).

Setiap barang dagangan yang dijual pasti memiliki ketahanan masing-masing, sehingga penjual dan pembeli biasanya ada kesepakatan diawal sebelum terjadinya transaksi yang dipahami oleh kedua belah pihak. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Helmi, beliau mengatakan

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah dan Mbak Nurul, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>84</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Yati, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>85</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Rabu 1 September 2021

*“di pasar tradisonal ini tidak bisa disamakan dengan pasar swalayan yang memberikan keterangan barang yang telah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan. Sehingga tetap menerima retur barang dari pembeli jika memang ada barang cacat yang tidak sengaja terjual dengan kesepakatan”*.<sup>86</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Hj. Sumanah, jika makanan ataupun roti yang dijualnya ternyata ada bolong maupun berjamur (kutuken), beliau menerima pengembalian barang untuk diganti dengan yang baru.

*“nek perkoro retur kadang mas, misale seko bakul langganan seng ngijolke roti kutuken yo tak trimo ra, kan misake juga nek rak entuk. Nah terus mengko tak ijolke juga neng salese ben intuk ijoli juga”*<sup>87</sup>

Namun, ada 3 orang pedagang yang tidak menerima retur barang dengan catatan tertentu. Seperti yang disampaikan oleh Mas Wawan, sebagai penjual plastik beliau tidak menerima retur barang jika ada beberapa pcs plastik yang bocor. Karena hal tersebut terjadi karena meamong rusak dari pabriknya. Alasan lain, peraturan yang diberlakukan distributor ialah ketika beliau ingin retur barang ke distributor harus menyertakan 1 ball bukan satuan pcs.

*“di tempat saya, nek ada yang meh retur kok cuma satu pcs atau satu bungkus plastik ya tetep ngga bisa mas, karena itu hal yang wajar namanya pabrik produksi kan ribuan, kalo ada yg bocor satu-dua pcs wajar menurutku. Sebab saya pun kalo mau retur ke distributor menyertakan dalam jumlah 1 ball”*.<sup>88</sup>

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Mintoyo, sebagai pedagang sembako beliau mengatakan

*“Kalo di tempat saya ada barang-barang yang bisa diretur dan tidak bisa diretur. Misalnya telur yang pecah, minyak goreng yang pecah dan perubahan kualitas lainnya. Maka dari itu, beliau berpesan kepada pembeli untuk memastikan dan mengecek terlebih dahulu untuk lebih berhati-hati ketika membawa barang yang rentan pecah.”*<sup>89</sup>

Berbeda halnya dengan Bapak Agus, sebagai penjual gerabahan mengatakan beliau menerima retur barang dagangannya dengan catatan pada saat hari itu juga, hal tersebut beliau lakukan untuk produk-produk tertentu.<sup>90</sup>

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Bapak Helmi, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>88</sup> Wawancara dengan Mas Wawan, Kamis 2 September 2021

<sup>89</sup> Wawancara dengan Bapak Mintoyo, Senin 30 Agustus 2021

<sup>90</sup> Wawancara dengan Bapak Agus, Selasa 31 Agustus 2021

Berlaku *Amanah* harus ada pada jiwa setiap pebisnis, seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam memegang *Amanah*. Dalam hal berdagang, Rasulullah selalu memberikan hak kepada para pembeli dan orang-orang yang mempercayakan modal kepadanya. Pada dunia marketing, nilai-nilai *Amanah* sama penting kedudukannya dengan *Siddiq*, sebab ketika mitra bisnis atau para pembeli memutuskan untuk membelanjakan kepadanya, mereka beranggapan penjual tersebut dapatlah dipercaya.<sup>91</sup>

### 3. Komunikatif *Tabligh*

*Tabligh (transparency)* adalah wujud pribadi yang mampu berkomunikasi bisnis efektif, selalu mendengar masukan pelanggan dan bahasa komunikasinya dapat dimengerti oleh pelanggan. Mudah dihubungi dan selalu dekat dengan siapapun. Ramah tamah, selalu respect terhadap orang lain, mempunyai pertimbangan yang bijak, serta selalu bersahabat kepada setiap orang. Sifat *Tabligh* dalam bisnis juga menuntut untuk selalu berusaha memahami keinginan pelanggan serta mengetahui kebutuhan pelanggan.<sup>92</sup> Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang pasar tradisional Mangkang menunjukkan:

#### a. Menjaga loyalitas pembeli

Dari 12 informan pedagang yang diwawancarai, seluruhnya telah menjalin komunikasi yang baik untuk mendapatkan pelanggan tetap dan menjaga loyalitas dari pembeli.

Salah satu menjaga loyalitas adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, menyediakan kebutuhan maupun keinginan konsumen, serta gerak cepat (*gercep*) saat melayani. Sebagai pedagang kelontong, Bapak Helmi menyampaikan

*“untuk mendapatkan loyalitas dari para pembeli adalah dengan sigap ketika ada yang pembeli datang, mengkompliti produk-produk kebutuhan pokok sehari-hari, dan yang terpenting adalah sikap ramah kita terhadap pembeli”*.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Aqil Barqi Yahya, “Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha”, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, IAIN Ponorogo, 2020, hal. 96.

<sup>92</sup> <http://www.nu.or.id/post/read/8157/bisnis-sukses-dengan-teladani-sifat-rasulullah> diakses pada tanggal 21 September 2021 pukul 05.45 WIB

<sup>93</sup> Wawancara dengan Bapak Helmi, Selasa 31 Agustus 2021

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Mintoyo, Bapak Agus, Ibu Hj. Sumanah salah satu faktori untuk mendapatkan loyalitas dari pembeli adalah melayani dengan ramah. Karena dengan bersikap ramah tersebut akan menimbulkan kesan yang baik untuk *continue order*. Faktor lainnya juga memberikan *reward* ataupun bonus berupa bingkisan menarik kepada pelanggan tetap ketika ada momen-momen tertentu seperti mendekati hari raya idul fitri.<sup>94</sup>

- b. Bersikap ramah ketika ada pembeli yang menawar dengan harga rendah

Dari 12 informan pedagang yang diwawancarai, ada 3 orang yang kurang ramah dalam melayani pembeli dengan harga yang rendah.

Sebagaimana yang dituturkan oleh Ibu Alim Mutmainnah

*“sebagai penjual daging kambing dan sapi ketika ada pembeli yang menawar dengan harga rendah saya tetap menjelaskan keadaanya dan menanggapinya dengan baik-baik. Jika harga sedang naik ya memang naik, jika harga sedang turun ya turun menyesuaikan dengan harga pasar. Apabila memang tidak cocok saya mempersilahkan pembeli untuk membeli di tempat lain”*.<sup>95</sup>

Sebanyak 3 orang pedagang yang bersikap kurang ramah ketika ada pembeli yang menawar dengan harga yang rendah. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Asmayah, sebagai penjual sayur beliau tetap berusaha melayani dengan ramah, namun ketika ada pembeli yang tidak sabar dan membandingkan-bandingkan barang dagangannya dengan pedagang lain, beliau cenderung kurang suka dan menanggapinya dengan sindirian. Apalagi diperparah dengan sayur-sayurnya rusak atau layu akibat diwenyet-wenyet oleh pembeli.

*“Kadang mas, nek ono seng ngenyang regone murah ya tetep berusaha tak layani dengan baik. Cuman kadang jenenge wong tuku ono seng mbangeti, mosok madake rego kene karo neng pasar pekalongan kono. Kan rak sumbut karo ongkos ronone to mas, opo meneh nek ngasi daganganku diwenyet-wenyet ngono kui”*.<sup>96</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh pedagang buah Ibu Hj.Yati dan Ibu Kamsinah.<sup>97</sup>

---

<sup>94</sup> Wawancara kepada beberapa pedagang yang ada di pasar tradisional Mangkang

<sup>95</sup> Wawancara dengan Ibu Alim Mutmainnah, Selasa 31 Agustus 2021

<sup>96</sup> Wawancara dengan Ibu Asmayah, Rabu 1 September 2021

<sup>97</sup> Wawancara dengan beberapa pedagang yang ada di pasar tradisional Mangkang



Dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Kemampuan tersebut dapat dilihat dari :

- Apa yang disampaikan mengandung bobot (didukung dengan data dan fakta-fakta yang relevan)
- Apa yang disampaikan mengandung hikmah
- Tangkas dan jelas dalam menyampaikan dan menjawab pertanyaan
- Cara menyampaikannya dilakukan dengan ramah

Apabila pedagang mampu berkomunikasi dengan poin-poin tersebut, maka ia dapat digolongkan komunikatif (*Tabligh*). Sebagaimana Firman Allah yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ٧١

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman. Bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (70) Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasulnya, maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar (71). (QS. Al-Ahzab:70-71)*

Menurut pengamatan peneliti, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pedagang untuk mendapatkan loyalitas dari pembeli adalah dengan bersikap ramah. Sebab, bersikap ramah berkaitan erat dengan *continue order*. Dengan bersikap ramah dan sopan kepada pembeli, tentunya pembeli akan tertarik untuk mampir walaupun hanya sekadar untuk mengetahui informasi barang yang dijual bahkan untuk membeli barang dagangan. Sebaliknya, jika pedagang kurang ramah dalam melayani apalagi sampai kasar, tentunya pembeli akan lari, dalam artian enggan untuk kembali berbelanja di tempat tersebut.

#### 4. Cerdas *Fathonah*

Pebisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggung jawab bisnisnya dengan baik salah satunya adalah lewat pencatatan transaksi. Jika seorang muslim hanya memiliki sifat jujur, benar dan tanggung jawab, maka ketiganya belum cukup untuk mengelola bisnis secara profesional. Sebab, pebisnis profesional

selalu berprinsip goal orientation. Para pelaku bisnis muslim memiliki sebuah kecerdasan (*Fathonah*), cerdas dan bijaksana yang bertujuan untuk memaksimalkan bisnisnya serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan seiring dengan berkembangnya zaman.

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku pedagang pasar tradisional Mangkang yakni dalam melakukan pencatatan transaksi menunjukkan hanya 1 orang dari 12 informan pedagang yang melakukan pencatatan transaksi.

Seperti yang disampaikan oleh Mas wawan sebagai pedagang plastik, beliau setiap harinya melakukan pencatatan transaksi dan melakukan perekapan setiap minggunya. Hal ini beliau lakukan untuk kemudahan dan mengetahui stock barang apa saja yang sudah terjual, kemudian untuk mengetahui juga barang-barang distributor atau sales yang menitipkan barangnya. Karena sales tersebut biasanya datang setiap seminggu sekali, jadi jika tidak dilakukan pencatatan beliau akan kesulitan dan kepayahan.

*“Setiap minggu saya melakukan pencatatan transaksi pembukuan mas,. Sebab dari sales biasanya datang setiap seminggu sekali, kalau pencatatannya perbulan terlalu lama”.*<sup>98</sup>

Mayoritas pedagang menyebutkan tidak melakukan pencatatan transaksi dan pembukuan beralasan tidak sempat karena sibuk untuk melayani pembeli yang datang, selain itu hampir seluruh informan juga mengungkapkan yang terpenting adalah cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga setiap harinya, ada juga yang mengatakan tidak melakukan pencatatan transaksi namun setiap harinya selalu menyisihkan penghasilan untuk ditabung.

Ibu Hj. Sumanah misalnya, beliau tidak sempat melakukan pencatatan transaksi dan pembukuan karena setiap harinya fokus untuk melayani pembeli yang datang. Meski begitu, dalam setiap harinya beliau selalu menyisihkan uang untuk ditabung dari penghasilannya tersebut. Tabungan tersebut yang nantinya digunakan ketika suatu saat ada kebutuhan-kebutuhan mendesak.

*“Wah aku rak nganggo catet-catetan ngono kui mas, kene wes tuo rak kober gawe koyok ngononan opo meneh nek pas rame meni tambah rak kober hehehe.. seng penting cukup kanggo kebutuhan sehari-hari. Neng seko dodolan kui tetep tak sisihke kanggo tabungan”.*<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Wawancara dengan Mas Wawan, Kamis 2 September 2021

<sup>99</sup> Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah, Selasa 31 Agustus 2021

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Asmaiyah, beliau mengatakan tidak melakukan pencatatan transaksi dan pembukuan, beliau beralasan yang penting penghasilan yang diperoleh cukup untuk kebutuhan sehari-hari. Meski begitu, beliau juga mengatakan setiap harinya selalu menyisihkan penghasilan untuk ditabungkan. Hal demikian juga sama dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Mintoyo, Bapak Helmi, Bapak Agus, Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Mbak Nurul, Bapak Kholil, Ibu Alim Mutmainnah, Ibu Kamsinah dan Ibu Hj. Yati.<sup>100</sup>

Menurut peneliti, sifat *Fathonah* ini sangat penting bagi pedagang, sebab sifat *Fathonah* ini berkaitan dengan keberlangsungan usaha. Dari pengamatan yang peneliti lakukan, ini merupakan *habbit* dan *culture* yang ada di lingkungan pedagang pasar tradisional Mangkang yang mayoritas tidak berpendidikan tinggi. Karena untuk mencapai bisnis yang professional perlu dilakukan manajemen yang baik di dalamnya.

---

<sup>100</sup> Wawancara kepada beberapa pedagang di pasar tradisional Mangkang

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan mengenai potensi pasar tradisional dalam peningkatan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (studi kasus pasar tradisional mangkang) sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pasar tradisional mangkang berpotensi dalam meningkatkan ekonomi pedagang. Adapun potensi-potensi tersebut diantaranya:
  - a. Harga produk yang murah atau terjangkau oleh masyarakat
  - b. Produk yang dijual di pasar tradisional mangkang lebih bervariasi
  - c. Eksistensi pasar tradisional mangkang dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Dengan memaksimalkan potensi yang ada di pasar tradisional mangkang ini, diharapkan dapat meningkatkan ekonomi para pedagang serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sebagai upaya mewujudkan kemandirian individu maupun masyarakat dengan melakukan kegiatan produktif untuk mencapai swasembada. Hal ini bertujuan agar tercapainya kesejahteraan umat dan tidak bergantung pada orang lain. Sebab, bangsa yang merdeka adalah bangsa yang mampu memberdayakan rakyatnya untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa adanya ketergantungan dengan negara lain.

2. Tinjauan ekonomi islam terhadap perilaku pedagang di pasar tradisional mangkang, secara mayoritas sudah sesuai dengan etika bisnis islam yakni:
  - a. *Shiddiq*
    - 1) Penyampaian kondisi barang  
Dalam penyampaian kondisi barang, dari 12 informan yang diwawancarai seluruhnya sudah sesuai dengan perilaku *Siddiq*.
    - 2) Penetapan ukuran barang yang dijual  
Dalam penetapan ukuran barang yang dijual, menunjukkan 10 orang dari 12 informan yang diwawancarai telah menetapkan ukuran barang yang dijual secara *Siddiq*.

b. *Amanah*

1) Menepati janji saat berdagang

Dalam menepati janji saat berdagang menunjukkan 10 orang informan sudah berperilaku *amanah* ketika berdagang, dan 2 orang informan kadang-kadang saja dalam menepati janji

2) Mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan

Dalam mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan menunjukkan tidak seluruhnya pedagang bertanggung jawab atas kualitas barang dagangannya, hanya 8 pedagang yang mempertanggung jawabkan kualitas barang dagangan.

c. *Tabligh*

1) Menjaga loyalitas pembeli

Dalam menjaga loyalitas pembeli menunjukkan keseluruhan 12 informan telah menjalin komunikasi yang baik (*Tabligh*) dengan pembeli untuk mendapatkan loyalitas pelanggan tetap

2) Bersikap ramah ketika ada pembeli yang menawar dengan harga rendah

Dalam menyikapi pembeli yang menawar dengan harga rendah menunjukkan 9 orang informan pedagang telah menyikapi dengan *Tabligh* terhadap pembeli yang menawar dengan harga rendah

d. *Fathonah*

1) Melakukan pencatatan transaksi

Dalam hal pencatatan transaksi, hanya 1 informan yang melakukan pencatatan transaksi dengan *Fathonah*

## **B. Kritik dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas. Maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi para stakeholder yang ada di pasar melalui Kepala Pasar, kemudian pemerintah Kota Semarang untuk tetap meamantau dan mengawasi sirkulasi aktivitas ekonomi yang ada di pasar tradisional Mangkang agar eksistensi dan melindungi keberadaan pasar tradisional Mangkang tetap berlangsung. Sebab, keberadaan pasar tradisional Mangkang menjadi sumber perekonomian masyarakat, serta melakukan pembaharuan dan pengembangan inovasi agar

tercipta kenyamanan berbelanja bagi pembeli agar tercapai peningkatan pendapatan pedagang.

2. Hendaknya perilaku pedagang yang ada di pasar tradisional Mangkang, tetap berpegang teguh pada etika bisnis islam didalam kondisi apapun. Sebab, bisnis yang didasari dengan etika bisnis islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi, namun juga mendapatkan keberkahan dari Allah atas rezeki yang telah didapatkan tersebut.
3. Karena studi yang dilakukan oleh peneliti masih terbatas, maka diharapkan untuk dilanjutkan kepada peneliti lain dengan sudut pandang yang berbeda. Sehingga bertambah manfaat pengetahuan keilmuan terkait ekonomi islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aravik, Havis. *Ekonomi Islam Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi*, Malang: Empat dua, 2016.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2011
- Edwin Nasution, Mustafa dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Fatoni, Nur. *Dinamika Relasi Hukum dan Moral dalam konsep jual beli (studi pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis 'Ulama Indonesia (DSN-MUI)*, Semarang: Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2012.
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah (Konsep dasar, paradigma, pengembangan ekonomi syariah)*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Kasmir. *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajagrafindo Persada, Cet. 9, 2013.
- Kontjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT. Gramedia, 1991.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015.
- Muhammad. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- S. Robert, Pindyck . *Mikroekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2012.
- Sujatmiko, Eko. "*Kamus IPS*", Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet.1, 2014.
- Syafril. *Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Wibowo Sukarno dan Dedi Supraidi. *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV. Pustaka Pedia, 2013.
- Yuliadi, Imamudin. *Teori Ekonomi Makro Islam*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019.

### Jurnal

- Al Bara, "Pengaruh perilaku pedagang terhadap inflasi", *Jurnal Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, UIN Sumatera Utara Medan, 2016.
- Aris, Baidowi. "Etika Bisnis Perspektif Islam", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 9, No. 2, IAIN Pekalongan, Desember 2018.
- Fatmasari, Dewi. "Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah (Perencanaan Wilayah dan Kota)*, Volume.5, Nomor 2, IAIN Syekh Nurjati Cirebon
- Mujahidin, Akhmad. "Etika Bisnis dalam Islam (Analisis terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar)", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 4, No. 2, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Desember 2017.

- Mustafa, Ahmad. "Potensi pasar tradisional simabur bagi masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Spasial*, STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Saifullah, Muhammad. "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Walisongo*, Vol.19, No.1, UIN Walisongo, Mei 2011.
- Saodah, Dedeh Siti dan Rosda Malia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)", *Jurnal Agrosience*, Universitas Suryakencana Cianjur, Vol.7, No. 1, 2017.
- Sugianto, Alip. "Kajian desa wisata sebagai peningkatan ekonomi masyarakat desa karang patihan kecamatan balong ponorogo", *Jurnal Ekuilibrium*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Vol.11, No.1, Maret 2016.
- Susanto, R.Y. "Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Volume 6 Nomor 2, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, 2018.
- Widhiyanto, Wisnu dan Mardwi Rahdriawan. "Peran Pasar Boja Terhadap Kondisi Perekonomian Wilayah Sekitar (Studi Kasus Pasar Boja Kecamatan Boja)", *Jurnal Tenik PWK (Perencanaan Wilayah dan Kota)*, Volume 2, Nomor 3, Universitas Diponegoro, 2013.
- Yahya, Aqil Barqi. "Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, IAIN Ponorogo, 2020.
- Zakiyah dan Bintang Wirawan, "Pemahaman nilai-nilai syariah terhadap perilaku berdagang (studi para pedagang di pasar bambu kuning bandar lampung)", *Jurnal sociologie*, Vol.1 No.4.

### **Skripsi**

- Falucky, Yonna Ifan, "Analisis terhadap perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus di pasar tradisional Ngentrong Campurdarat Tulungagung)", *Skripsi*, IAIN Tulungagung, 2017.
- Maskuroh, Nikmatul. "Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)" *Skripsi*, IAIN Metro Lampung, 2019.

### **Thesis**

- Mangun, Nudiatulhuda. "Analisis potensi ekonomi kabupaten dan kota di propinsi sulawesi tengah" *Tesis*, Universitas Diponegoro, 2007.

### **Website**

- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar\\_tradisional](https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_tradisional)
- <http://kbbi.web.id/Pasar>
- <https://kbbi.web.id/potensi>
- <http://www.nu.or.id/post/read/8157/bisnis-sukses-dengan-teladani-sifat-rasulullah>
- [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id) Peraturan Presiden RI No.112, Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Tahun 2007.

### **Wawancara**

- Wawancara dengan Bapak Suparjo SH, Kepala Pasar Mangkang, Senin 30 Agustus 2021



Wawancara dengan Bapak Mintoyo, Senin 30 Agustus 2021  
Wawancara dengan Bapak Helmi, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Mas Wawan, Kamis 2 September 2021  
Wawancara dengan Bapak Agus, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Ibu Hj. Al-Qoyyimah, Rabu 1 September 2021  
Wawancara dengan Ibu Hj. Sumanah, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Mba Nurul, Senin 30 Agustus 2021  
Wawancara dengan Bapak Kholil, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Ibu Alim Mutmainnah, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Ibu Kamsinah, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Ibu Hj. Yati, Selasa 31 Agustus 2021  
Wawancara dengan Ibu Asmayah, Rabu 1 September 2021  
Wawancara dengan Mas Muji, Kamis 2 September 2021  
Wawancara dengan Ibu Sofi, Kamis 2 September 2021

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### **Identitas Diri**

Nama : Ahmad Ulul Azmi Firdaus  
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 17 Februari 1996  
Alamat : Jl. Irigasi Utara Tegalirik RT 01/RW 05 Mangkangkulon  
Tugu Semarang  
No.Hp/WA : 085740999198  
Email : [ululazmf@gmail.com](mailto:ululazmf@gmail.com)

### **Riwayat Pendidikan**

1. RA Ianatus Shibyan, Mangkangkulon Semarang, Tahun 2000-2002
2. MI Ianatus Shibyan, Mangkangkulon Semarang, Tahun 2002-2008
3. MTs NU Nurul Huda, Mangkangkulon Semarang, Tahun 2008-2011
4. SMAN 8 Semarang, Tambakaji Ngaliyan Semarang, Tahun 2011-2014
5. Program S.1 Ekonomi Islam, UIN Walisongo Semarang, Tahun 2015-Sekarang

## Lampiran-Lampiran









**PEMERINTAH KOTA SEMARANG**  
**DINAS PERDAGANGAN**

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

Nomor : B / 333 / 00 / V / 2021

Semarang, 31 Mei 2021

Sifat : -

Lampiran : -

Perihal : Pemberian Ijin Riset / Penelitian

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

di-

**SEMARANG**

Dasar : Surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Nomor : 1777/Un.10.5/D1/PG.00.00/05/2021 tanggal 27 Mei 2021 perihal Permohonan Ijin Riset / Penelitian.

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

No	Nama Mahasiswa	NIM	Jurusan
1.	Ahmad Ulul Azmi Firdaus	1505026155	S1 Ekonomi Islam

Untuk melaksanakan Penelitian dan pengumpulan data untuk penyusunan Skripsi dengan Tema "POTENSI PASAR TRADISONAL DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI DI PASAR MANGKANG)" yang dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2021 s/d 31 Agustus 2021.

Selanjutnya selama mengikuti kegiatan tersebut, yang bersangkutan membawa hasil tes benar-benar non reaktif Covid-19 sesuai protokol kesehatan dan wajib mentaati Peraturan yang berlaku di Instansi Dinas Perdagangan Kota Semarang.

Demikian untuk menjadikan maklum.

Kepala Dinas Perdagangan  
Kota Semarang,  
  
Fravarta Sadman



### **Draft wawancara kepada kepala/pengurus pasar mangkang**

1. Bagaimana letak geografis pasar tradisional mangkang
  - Lokasi
  - Akses
2. Bagaimana sejarah pasar tradisional mangkang
  - Awal mula terbentuk
  - Perkembangan
  - Eksistensi hingga sekarang
3. Bagaimana struktur pasar mangkang semarang
  - Dibawah naungan dinas perdagangan
  - Struktur organisasi kepengurusan
4. Ada berapakah jumlah pedagang yang ada di pasar mangkang
  - Jumlah pedagang
  - Jenis dagangan yang dijual
5. Bagaimana pengelompokan pedagang di pasar tradisional mangkang
6. Bagaimana sarana dan pra sarana yang ada di pasar tradisional mangkang
  - Fasilitas umum
  - Jumlah Los
  - Jumlah kios
7. Bagaimana jalur distribusi yang ada di pasar mangkang

### **Draft wawancara kepada para pedagang**

1. Sebelum berdagang, apakah Bapak/Ibu mempunyai pekerjaan lain?
2. Bagaimana cara Bapak/Ibu memperoleh barang dagangan?
3. Bagaimana Bapak/Ibu menetapkan harga?
4. Berapa omzet pendapatan yang diperoleh perharinya? Dan berapa keuntungan perharinya?
5. Apakah ada peningkatan pendapatan setiap tahunnya berdagang di pasar mangkang?
6. Apasaja biaya/iuran yang harus Bapak/Ibu bayar setiap hari untuk berdagang di pasar mangkang?
7. Bagaimana cara Bapak/Ibu agar mendapatkan loyalitas dari pembeli?

8. Apakah Bapak/Ibu pernah menjual barang yang cacat untuk dijual dengan harga yang murah? (**Shiddiq**)
9. Apakah ada proses tawar menawar atau barang dagangan yang dijual sudah harga nett? (**Tabligh**)
  - Jika terjadi tawar menawar, apakah Bapak/Ibu sedikit menaikkan harganya terlebih dahulu?
  - Bagaimana sikap Bapak/Ibu ketika ada pembeli yang menawar dengan harga rendah?
10. Apakah Bapak/Ibu melakukan pencatatan atau pembukuan dalam setiap transaksinya? (**Fathanah**)
11. Bagaimana cara Bapak/Ibu dalam menepati janji kepada pembeli? (**Amanah**)

**Draft wawancara kepada pembeli di pasar mangkang**

1. Bagaimana perbandingan harga di pasar *mangkang* dengan pasar yang lainnya?
2. Mengapa Anda memilih untuk berbelanja di pasar *mangkang* ?