ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Pada Pedagang Pasar Baledono Purworejo)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Ekonomi Islam

Oleh:

HAFIZATUZ ZAHRA

NIM: 2105026079

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI WALISONGO SEMARANG

TAHUN 2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Hafizatuz Zahra

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama	: Hafizatuz Zahra
NIM	: 2105026079
Program Studi	: S1 Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pedagang Pasar Baledono Purworejo)

Dengan ini kami mohon kiranya skirpsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 17 Juni 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Sokhikhatul Mawadah, M.E.I	**Septiana Na'afi, M.S.I**
NIP. 198503272018012001	**NIP. 198909242019032018**

PENGESAHAN SKRIPSI

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama	: Hafizatuz Zahra
NIM	: 2105026079
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: "ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pedagang Pasar Baledono Purworejo)"

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal 30 Juni 2025 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarja strata 1 tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 07 Juli 2025

Ketua Sidang	Sekertaris Sidang
Irma Istiariani, M.Si.	**Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.**
NIP. 198807082019032013	**NIP. 198503272018012001**
Penguji Utama I	Penguji Utama II
Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.	**Tri Widyastuti Ningsih, M.Ak.**
NIP. 197512182005011002	**NIP. 198710102019032017**
Pembimbing I	Pembimbing II
Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.	**Septiana Na'afi, M.Si.**
NIP. 198503272018012001	**NIP. 198909242019032018**

MOTTO

"Manusia hanya akan menerima balasan atas usahanya dan setiap usaha akan diperlihatkan serta diberi balasan yang sempurna."

Q.S. An-Najm 39-42

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sampai tuntas. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan untuk beberapa orang yang penulis sayangi sebagai bukti tanda cinta, kasih sayang, dan rasa hormat yang ditujukkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak R. Abdullah dan Ibu Sri Wahyuningsih yang telah merawat, mendo'akan, dan senantiasa mendukung dengan penuh kasih sayang dan kesabaran. Terima kasih selalu mengusahakan segalanya untuk anak bungsumu ini. Dua sosok luar biasa yang senantiasa menjadi cahaya dalam setiap langkah kehidupan saya. Teruntuk Ibu, banyak hal yang telah Ibu lakukan dengan sebaik-baiknya dan memotivasi hingga penulis berhasil menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi. Kepada Bapak, terima kasih telah menjadi Bapak yang senantiasa mendidik dan bertanggung jawab kepada keluarga. Segala perjuangan ini tak akan berarti tanpa cinta, pengorbanan, dan ketulusan yang selalu Bapak dan Ibu berikan.
2. Terkasih dan tersayang kepada kakak penulis, Muhammad Miftahul Huda beserta keluarga yang turut memberikan do'a, menjadi penyemangat, memberi dukungan, dan memberikan kasih sayang.
3. Dosen pembimbing saya, Ibu Sokhikhatul Mawadah, M.E.I. dan Ibu Septiana Na'afi, M.S.I. yang telah membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman terdekat saya, Putri Alda Amadea terima kasih atas rasa kekeluargaan yang diberikan, serta selalu memberikan dukungan, do'a, saling membantu, dan bertukar informasi selama berproses bersama di jenjang perguruan tinggi.
5. Eriana Salma Rusda, Nur Sriningsih, Nirma Oktaviani, Fina Abrorika, dan Putri Maratus Sobrina yang menemani, mendukung, dan membantu selama di Kost Bapak Suratmin hingga membuat kenyamanan penulis selama di perantauan.
6. Rekan seperjuangan khususnya teman-teman Ekonomi Islam B angkatan 2021, posko KKN 44 angkatan 2021, KOBI, dan DEMA FEBI terima kasih atas kebersamaannya.
7. Semua yang sedang berjuang, terutama kamu yang mungkin membaca skripsi ini, semangat ya!
8. Terakhir tidak lupa kepada diri saya sendiri, Hafizatuz Zahra yang sudah berjuang dan berjalan sejauh ini. Terima kasih sudah berusaha untuk selalu kuat melewati lika-liku kehidupan yang terjadi. Mari bekerjasama untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah limpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis senantiasa berdo'a memohon kekuatan kepada Allah SWT agar senantiasa istiqomah, ikhlas, dan sabar dalam menjalani setiap tahapan. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan kita semua.

Alhamdulillahirabbil'alamin, skripsi yang berjudul "**ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN (Studi Pada Pedagang Pasar Baledono Purworejo)**" telah berhasil penulis selesaikan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Progam Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Skripsi ini merupakan hasil dari proses panjang yang telah penulis tempuh sejak awal perkuliahan pada tahun 2021. Dalam perjalannya, penulis menghadapi beragam tantangan, rasa lelah, dan semangat yang naik turun. Namun berkat do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis mampu melewati semuanya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Dr. Ferry Khusnul Mubarak, S.E.I., M.A. selaku Ketua Prodi S1 Ekonomi Islam dan Fita Nurotul Faizah, M.E. selaku Sekretaris Prodi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan, dan motivasi selama duduk di bangku kuliah.
4. Singgih Moheramtohadi, M.E.I. selaku dosen wali yang selalu memberi arahan sejak awal masuk kuliah hingga sekarang.
5. Sokhikhatul Mawadah, M.E.I. selaku dosen pembimbing I dan Septiana Na'afi, M.S.I. selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh keikhlasan, kesabaran, dan ketulusan membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.

7. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan Kabupaten Purworejo yang telah membantu dan mendukung dalam pelaksanaan penelitian ini.
8. Bapak Sulis Setiyono selaku kepala Pasar Baledono Purworejo serta para pedagang Pasar Baledono Purworejo yang bersedia menjadi narasumber dan memberikan informasi penting dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak R. Abdullah dan Ibu Sri Wahyuningsih atas segala do'a, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tak terhingga dalam memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis sampai kejenjang perguruan tinggi.
10. Kepada kakak penulis, Muhammad Miftahul Huda beserta keluarga yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang, serta dukungan selama proses studi.
11. Seluruh keluarga besar, sahabat, teman-teman, dan seluruh pihak lain yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir kepada diri sendiri, Hafizatuz Zahra terima kasih sudah berjuang dan menyelesaikan studi serta penelitian skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis berharap penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, baik sebagai bahan kajian akademik maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan kedepannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Juni 2025

Penulis



Hafizatuz Zahra

2105026079

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran, serta tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang menjadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafizatuz Zahra

NIM : 2105026079

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

"ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pedagang Pasar Baledono Purworejo)."

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 17 Juni 2025

Yang menyatakan



Hafizatuz Zahra

NIM.2105026079

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang asalnya bertulisan huruf Arab kemudian disalin dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	Ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	żal	Ż	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	`	Koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	qaf	q	Ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Tanda	Nama	Huruf Latin
ـَ	Fathah	A
ـِ	Kasrah	I
ـُ	Dammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
أ...ي	Fathah dan ya	Ai
أ...و	Fathah dan wau	Au

D. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	Ā
ى...	Kasrah dan ya	Ī
وُ...	Dammah dan Wau	Ū

E. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ً).

F. Kata Sandang

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al* misalnya **الرَّجُلُ** = Arrojulu. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbuthah

Setiap *ta' marbuthah* ditulis dengan *"h"* misalnya **طَلْحَةْ** = *talhah*, **رَوْضَةُ الأَطْفَالِ** = *raudhah al-athfal*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi pedagang Pasar Baledono Purworejo dalam memilih sumber permodalan yang digunakan untuk mendukung keberlangsungan usaha mereka. Fokus penelitian tidak hanya tertuju pada pilihan sumber modal yang paling banyak digunakan oleh pedagang, tetapi juga meninjau preferensi tersebut menurut perspektif ekonomi Islam. Dengan mengkaji alasan-alasan yang melatarbelakangi pemilihan sumber permodalan, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman lebih mendalam terkait pertimbangan praktis dan nilai-nilai Islam yang mendasari keputusan pedagang dalam memilih akses permodalan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi lapangan *(field research)*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 17 informan yang terdiri dari pedagang kios dan los di Pasar Baledono Purworejo. Peneliti mengkaji dan menganalisis data yang diperoleh dengan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman yang mencakup tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber, metode, dan dengan teori.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang Pasar Baledono Purworejo memiliki preferensi yang beragam dalam memilih dan menggunakan sumber permodalan yang mencakup modal pribadi, pinjaman dari bank konvensional, lembaga keuangan syariah, serta rentenir. Dari 17 informan wawancara, sebanyak 7 atau 41% pedagang memilih bank konvensional yang dominan menggunakan BRI KUR, 5 atau 29% pedagang menggunakan modal pribadi, 2 atau 12% pedagang memilih menggunakan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yaitu BMT Binamas dan Tamzis, 2 atau 12% pedagang mengandalkan rentenir, 1 atau 6% pedagang mengakses pembiayaan dari bank syariah yaitu BSI. Preferensi tersebut dipengaruhi oleh faktor kemudahan proses, ketersediaan informasi, pengalaman sebelumnya, dan tingkat pemahaman terhadap lembaga keuangan yang digunakan. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pedagang serta penguatan peran lembaga keuangan syariah agar mampu menyediakan pembiayaan yang adil, mudah diakses, dan sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Kata Kunci: Preferensi, Pedagang Pasar Tradisional, Sumber Permodalan, Ekonomi Islam, Lembaga Keuangan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the preferences of traders at Baledono Market in Purworejo when selecting capital sources to support their business continuity. The focus of the study is not only to discuss the most common capital sources used by traders but also to examine these preferences from an Islamic economic perspective. By examining the reasons behind their choice of capital sources, this study seeks to provide a deeper understanding of the practical considerations and Islamic values underlying traders' decisions regarding access to capital.

This study employed a qualitative descriptive approach with a field study method. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation with 17 informants, consisting of kiosk and stall vendors at Baledono Market in Purworejo. The researchers analyzed the data using Miles and Huberman's analytical techniques, which include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. To test the validity of the data, triangulation techniques were used: sources, methods, and theory.

The research results show that traders at Baledono Market in Purworejo have diverse preferences in selecting and using capital sources, including personal capital, loans from conventional banks, Islamic financial institutions, and loan sharks. Of the 17 interview informants, 7 (41%) chose conventional banks, predominantly using BRI's People's Business Credit (KUR); 5 (29%) used personal capital; 2 (12%) chose Islamic Financial Services Cooperatives (KJKS), namely BMT Binamas and Tamzis; 2 (12%) relied on loan sharks; and 1 (6%) accessed financing from an Islamic bank, namely BSI. These preferences were influenced by factors such as ease of processing, availability of information, previous experience, and level of understanding of the financial institution used. This research recommends the importance of increasing Islamic financial literacy among traders and strengthening the role of Islamic financial institutions to provide financing that is fair, accessible, and in accordance with Islamic muamalah principles.

Keywords: Preferences, Traditional Market Traders, Capital Sources, Islamic Economics, Financial Institutions..

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DEKLARASI ..... **viii**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... **viii**
ABSTRAK ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Tinjauan Pustaka 9
F. Metodologi Penelitian 13
G. Sistematika Penulisan 16
BAB II LANDASAN TEORI **18**
A. Preferensi 18
B. Permodalan 30
C. Pedagang 38
D. Pasar Tradisional 44
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN **52**
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 52
B. Gambaran Umum Sumber Permodalan Pedagang Pasar Baledono Purworejo 57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **59**
A. Proses Pengumpulan Data 59
B. Penyajian Data Penelitian 61

C. Pembahasan Temuan 67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 75
A. Kesimpulan 75
B. Saran 75
DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN 83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 87

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Informan 59
Tabel 4. 2 Preferensi Sumber Permodalan Pedagang di Pasar Baledono Purworejo..... 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Pasar Baledono Purworejo 54
Gambar 3. 2 Data Pedagang Pasar Baledono Purworejo 55

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan sebuah lokasi dimana berlangsung kegiatan jual beli produsen atau distributor terhadap konsumen yang bertransaksi atas barang atau jasa yang disediakan.[1] Dalam perkembangannya pasar terbagi menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan jenis pasar dengan proses jual beli yang masih bersifat sederhana, baik dari segi fasilitas maupun sistem transaksinya. Keunikan dalam proses transaksi di pasar tradisional yaitu dapat melakukan proses negosiasi secara langsung untuk mencapai kesepakatan harga, sedangkan pasar modern dibangun dengan teknologi terkini dan penetapan harga yang bersifat statis serta jangkauannya lebih luas.[2] Pasar tradisional masih mendominasi pusat perdagangan masyarakat karena pasar tradisional mempunyai karakter humanis sehingga dapat membangun kedekatan antara pedagang dan konsumen untuk mendorong pembeli tertarik melakukan kegiatan jual beli. Pedagang di pasar tradisional biasanya berjualan diberbagai tempat yang tersedia seperti kios, los, warung, atau lapak, baik yang disediakan oleh pengelola pasar atau didirikan secara mandiri oleh pedagang.[3]

Pasar Baledono Purworejo terletak di Kelurahan Baledono, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah yang merupakan pasar terbesar di Purworejo dan ditempati 1.648 pedagang yang terdiri atas 259 pedagang menempati kios dan 1.389 pedagang menempati los. Produk yang dipasarkan sangat beragam mulai dari sayur, buah, ikan, daging, hingga peralatan kebutuhan rumah tangga, pakaian dan jasa. Kegiatan jual beli berlangsung setiap hari dari pukul 06.00 hingga pukul 17.00 WIB.[4] Penjual dan pembeli sebagian besar berasal dari daerah Purworejo, namun ada pula yang berasal dari luar Purworejo. Bentuk bangunan Pasar Baledono Purworejo terdiri dari kios, los, lapak, warung, dan area terbuka. Keberagaman pedagang dan produk yang ditawarkan menjadikan Pasar Baledono Purworejo sebagai tujuan favorit konsumen untuk berbelanja.

Pedagang tradisional di Pasar Baledono Purworejo menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Salah satu kendala utamanya adalah keterbatasan modal usaha. Banyak pedagang mengalami kesulitan dalam memperoleh modal yang cukup dan sesuai

---

[1] Eko Supriyanto, *Ekonomi Mikro perspektif Islam* (Malang : UIN-Malang Press, 2008).

[2] Nur Indah Ariani dan Okta Hadi Nurcahyo, "Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial," *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. April (2014): 4.

[3] Istijabatul Aliyah, "Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan," *Cakra Wisata* Vol 18 Jil (2017): 2.

[4] DINKUKMP Purworejo, "Data Pedagang Pasar Baledono 2024," t.t.

dengan kebutuhan usaha mereka, baik dari segi jumlah maupun waktu pencairannya. Keterbatasan modal ini dapat menghambat pedagang dalam membeli stok barang dan jumlah yang memadai, membatasi peluang untuk mengembangkan usaha, memperbaiki fasilitas dagangan, atau bahkan mempertahankan kelangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Besar kecilnya modal usaha mempengaruhi seberapa produktif usaha tersebut, sehingga modal usaha menempati posisi paling penting dalam menjalankan usaha, namun tidak dapat menutup mata bahwa masih ditemukan pedagang pasar yang mempunyai masalah dalam hal sumber permodalan.[5]

Pedagang tradisional yang biasanya merupakan pedagang kecil tidak memberikan perhatian yang signifikan pada pencairan dan pengelolaan sumber dana modal kerja. Hal ini sering menyebabkan para pedagang tradisional kehabisan modal. Kondisi ini secara langsung mempengaruhi stabilitas pendapatan dan kesejahteraan para pedagang, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan masa depan usaha mereka. Selain itu, keterbatasan modal juga membuat pedagang harus mencari alternatif pembiayaan yang terkadang kurang ideal, yang pada akhirnya dapat menimbulkan beban finansial tambahan. Diyakini bahwa perhatian serius terhadap modal kerja para pedagang akan memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan usaha perdagangan yang akan ditandai dengan peningkatan tingkat pendapatan.[6]

Dua sumber permodalan yang paling umum digunakan adalah permodalan sendiri dan permodalan asing. Permodalan sendiri berasal dari modal internal, yang diberikan oleh pelaku usaha sendiri dengan usaha terbatas. Permodalan asing berasal dari lembaga keuangan formal dan informal. Lembaga keuangan formal diatur oleh hukum dan mengikuti peraturan pemerintah. Sedangkan lembaga informal tidak diatur oleh undang-undang pemerintah.[7] Ada dua jenis lembaga keuangan formal, yaitu perbankan dan non-perbankan. Antonio mengatakan bahwa sektor perbankan terdiri dari dua kategori, yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional. Kategori non-perbankan terdiri dari koperasi, pegadaian, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), dan lain-lain. Namun, lembaga keuangan informal dapat berupa lembaga keuangan perseorangan seperti bank thithil, rentenir, tengkulak, dll. Pedagang yang terkenal memilih berbagai jenis lembaga keuangan ini, baik lembaga keuangan formal maupun informal sangat berperan dalam memberikan bantuan modal kepada pedagang pasar

[5] A. Rio Makkulau Wahyu dan Irawan Heri, "Presepsi Pedagang Di Pasar Sentral Sinjai terhadap Peminjaman Modal Usaha," *Jurnal Lembaga Keunagan, Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 11–23.

[6] Dewi Laela Hilyatin, "Preferensi Permodalan Pedagang Pasar Wage Purwokerto, Penguatan Destinasi Keuangan dan Perbankan Syariah Vis A Vis Rentenir di Pasar Tradisional," *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2019): 216.

[7] Moh. Afandi Yaasin, "Preferensi Arisan Sebagai Sumber Modal di Era Digitan (Studi di Pasar Trade Center)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)* 2, no. 2 (2021): 16.

konvensional. Kedua lembaga melakukan hal-hal yang berbeda untuk menarik perhatian masyarakat.[8]

Bank dan lembaga keuangan formal lainnya tentunya memberikan penawaran yaitu produk permodalan kepada pedagang untuk membantu mereka memenuhi kebutuhan modal mereka. Salah satu keuntungan tambahan yang ditawarkan adalah keamanan dan kemudahan bertransaksi. Pengajuan permodalan yang dapat dilakukan secara *online* adalah salah satu kemudahan yang didapat. Bank juga menawarkan tingkat suku bunga yang rendah, jangka waktu pinjaman yang panjang, dan nilai pinjaman yang besar.[9] Di sisi lain, pedagang sektor informal cenderung lebih sulit untuk menghubungi lembaga keuangan formal. Diperkirakan lembaga keuangan informal masih ada dan bahkan lebih mahal daripada lembaga keuangan formal.[10] Lembaga keuangan informal yang saat ini banyak ditemui di pasar tradisional adalah rentenir atau pelepas uang (*money lender*). Dalam pasar tradisional, rentenir juga berbicara dengan penjual atau pedagang. Para pedagang yang sedang menjalankan usahanya, masih kesulitan mendapatkan modal dari lembaga keuangan formal, sehingga mereka bergantung pada rentenir.[11]

Setiap orang memiliki preferensi yang mempengaruhi keputusan mereka. Persepsi, sikap, nilai, kepuasan, dan kecenderungan termasuk dalam preferensi. Pedagang selalu mempertimbangkan hal-hal seperti pendapatan, waktu, selera, dan pertimbangan lainnya saat mereka memilih sumber modal. Ini menuntut mereka untuk lebih selektif dalam menentukan pilihan mereka, sehingga pilihan mereka sesuai dengan keadaan dan kondisi usaha mereka. Faktor budaya, sosial, psikologis, dan pribadi juga mempengaruhi preferensi ini, di mana pedagang mengutamakan kenyamanan, kepercayaan, dan kesesuaian nilai agama dalam memilih sumber modal usaha mereka.[12] Preferensi pedagang dalam memilih sumber modalnya berdasarkan pada kecocokan, kesusaian kondisi, dan kemudahan yang diberikan oleh sumber modal yang dipilih.[13] Preferensi pedagang dalam memilih sumber modal terbentuk akibat adanya hubungan personal dan adanya rutinitas, sehingga membuat pedagang

[8] Mar'atus Syawalia Navis, "Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Sumber Permodalan (Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari, Kecamatan Lowokrawu –Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3, no.1 (2015): 1.

[9] Moh Afandi Yaasin, "Preferensi…" 17.

[10] Bunga Hidayati, "Peran Modal Sosial Pada Kontrak Pinjaman Bank Thithil dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Pada Pasar Blimbing Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 2, no. 1 (2014): 1.

[11] Mar'atus Syawaia Navis, "Preferensi…" 2.

[12] Moh Afandi Yaasin, "Preferensi…" 17.

[13] Kharina Widya Oktaviningtyas, "Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Pembiayaan Usaha (Studi di Pasar Tradisional DInoyo Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3, no. 1 (2014): 1.

merasa nyaman dan aman ketika memilih sumber modal tersebut.[14] Sementara pedagang dalam menentukan preferensinya mempertimbangkan kemampuan dan kesesuaian usahanya, serta melihat prosedur dan sistem pembayaran sumber modal yang dipilih.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa orang masih kurang memahami konsep dan prosedur perbankan syariah, bagi para pedagang tradisional.[15] Dalam praktiknya, banyak pedagang tradisional, termasuk di Pasar Baledono Purworejo seringkali memilih sumber permodalan berdasarkan pertimbangan utama, yaitu kemudahan akses dan persyaratan yang relatif ringan. Mereka cenderung mencari pinjaman yang cepat cair tanpa prosedur yang rumit, sehingga dapat segera memenuhi kebutuhan modal usaha mereka. Namun, pilihan ini sering kali mengharuskan para pedagang menanggung biaya yang cukup tinggi, terutama dalam bentuk bunga yang dibebankan oleh rentenir atau pemberi pinjaman informal lainnya. Berdasarkan hasil pra-riset, sebagian besar pedagang tradisonal di Pasar Baledono memilih menggunakan pinjaman dengan sistem bunga karena mereka memiliki berbagai alasan dan pertimbangan tertentu dalam memilih sumber permodalan tersebut. Meskipun bunga tersebut memberatkan secara finansial, keterbatasan akses ke lembaga keuangan formal atau syariah membuat pedagang merasa tidak memiliki banyak alternatif lain.[16]

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2023 tercatat sebanyak 65,46 juta UMKM di Indonesia. Namun, hanya sekitar 30% pelaku UMKM yang memiliki akses terhadap pembiayaan formal dari lembaga keuangan, sisanya mengandalkan modal pribadi atau lembaga informal seperti rentenir.[17] Sementara menurut Laporan OJK 2023, tingkat inklusi keuangan syariah di Indonesia baru mencapai 12,1%**,** jauh tertinggal dibandingkan inklusi keuangan konvensional yang mencapai 85,1%**.** Ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, pemanfaatan produk keuangan syariah masih sangat terbatas, termasuk oleh pelaku UMKM dan pedagang pasar.[18] Pada tahun 2024, survei nasional literasi dan inklusi keuangan OJK menemukan sebesar 39,11% literasi keuangan syariah dan hanya 12,88% inklusi keuangan syariah.[19]

---

[14] Muhammad Aditya Azari, "Analisis Preferensi SUmber Pembiayaan UMKM (Studi Pada Sentra Pengrajin Tas di Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4, no. 1 (2016): 1.

[15] Muhammad Miftah Al-Qahtani, "Persepsi Pedagang Pasar Sipirok Tapanuli Selatan Terhadap Pembiayaan Bank Syariah," *Jurnal Ilmu Ekonomi* 8, no. 3 (2025): 49.

[16] Dewi Lela Hilyatin, "Preferensi…" 217.

[17] Kementerian Koperasi dan UMKM RI, "Data Perkembangan UMKM Indonesia," (2023), diakses pada 12 Juli 2025, www.kemenkopukm.go.id

[18] OJK, "Laporan Tahunan OJK Syariah 2023", (2023), diakses pada 12 Juli 2025, www.ojk.go.id

[19] Ratu Monita, "OJK: Inklusi Keuangan Syariah Baru Capai 12%," (2025), diakses pada 12 Juli 2025, OJK: Inklusi Keuangan Syariah Baru Capai 12%

Pedagang Pasar Baledono Purworejo menggunakan berbagai sumber permodalan di antaranya berasal dari modal pribadi, pinjaman di bank, dan pinjaman dari rentenir. Hal ini terjadi karena para pedagang enggan terbebani oleh persyaratan dan prosedur yang rumit, seperti yang dikatakan oleh salah satu pedagang Pasar Baledono Purworejo yang bernama Ibu Asih bahwasannya menggunakan sumber permodalan yang berasal dari BRI KUR dinilai lebih menguntungkan. Pasalnya persyaratan yang mudah, pencairan dananya tidak membutuhkan waktu lama, serta presentase bunga lebih kecil dibandingkan sumber permodalan lain menjadikan BRI KUR banyak diminati oleh pedagang Pasar Baledono Purworejo.[20]

Namun, tidak semua pedagang memanfaatkan pinjaman bank. Kendalanya, pengajuan pinjaman ke bank sering kali membutuhkan persyaratan yang sulit dipenuhi, khususnya bagi pedagang kecil. Hal ini menimbulkan kesan bahwa perbankan belum sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha di pasar tradisional. Selain itu, kurangnya informasi dari lembaga keuangan sering dimanfaatkan oleh rentenir yang menawarkan pinjaman cepat dengan persyaratan mudah meskipun risikonya tinggi. Karena membutuhkan modal cepat, banyak pedagang langsung menggunakan layanan ini. Di sisi lain, bunga yang ditanggung sangat tinggi dibandingkan dengan lembaga keuangan resmi, tetapi layanan ini tetap menarik sebagian pelanggan.

Modal yang dipaksakan untuk meminjam kepada rentenir berdampak buruk pada masyarakat. Ini semua karena besarnya bunga yang diberikan. Secara teoritis, potensi peningkatan pendapatan dari modal tidak terwujud karena ada pengeluaran lain yang harus dibayarkan, sampai-sampai mengorbankan konsumsi hanya untuk membayar kredit dan bunganya. Biaya produksi yang tinggi tentu akan memaksa pedagang untuk menjual barang mereka dengan harga yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat menyebabkan melambungnya tingkat harga, sehingga akan menyebabkan inflasi karena daya beli konsumen semakin lemah.[21]

Situasi ini menjadi persoalan serius karena sumber modal yang mengandung unsur riba atau bunga secara tegas bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, pemilihan sumber modal juga harus mempertimbangkan prinsip halal dan haram yang berlaku dalam aktivitas produksi dan konsumsi, termasuk dalam memilih sumber permodalan bagi pedagang. Dalam menentukan pemilihan sumber

[20] Wawancara dengan Ibu Asih pada tanggal 5 Juni 2025.
[21] Karina Widya Oktaviningtyas, "Preferensi…" 2.

permodalannya, pedagang akan menentukan preferensinya, pedagang diharapkan untuk memilih sumber permodalan yang memberikan manfaat (*mashlahah*) dan mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Dalam ekonomi Islam, bunga dianggap haram karena dianggap menimbulkan ketidakadilan dan eksploitasi, serta merusak keseimbangan dalam transaksi keuangan. Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan dalam setiap bentuk pembiayaan, agar tidak ada pihak yang dirugikan secara berlebihan. Oleh karena itu, penggunaan modal dari sumber yang mengandung riba tidak hanya menimbulkan beban finansial bagi pedagang, tetapi juga menimbulkan dilema moral dan etis yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang.[22] Larangan mengenai riba beberapa kali disunggung dalam ayat Al-Qur'an, salah satunya pada Q.S. Al-Baqarah 275 berikut:

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ

Artinya: "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."[23]

Dalam Tafsir Al-Misbah Jilid I, Prof. Quraish Shihab menjelaskan larangan Allah terhadap riba dan perbedaan utamanya dengan jual beli. Dia berpendapat bahwa karena sifat transaksinya yang melibatkan usaha dari kedua pihak dan memberikan manfaat yang seimbang, Islam menghalalkan jual beli. Bisnis jual beli menghasilkan keuntungan karena kerja keras, pengelolaan yang baik, dan risiko. Ini tergantung pada kemampuan dan keadaan pasar. Riba, di sisi lain, memberikan keuntungan sepihak kepada pemilik modal meskipun tidak ada usaha yang dilakukan. Keuntungan dalam praktik riba diperoleh hanya dengan berjalannya waktu tanpa kontribusi usaha manusia. Selain itu, Prof. Quraish Shihab menjelaskan bahwa riba dilarang karena hanya menguntungkan pemberi pinjaman dan cenderung merugikan pihak peminjam, sehingga hal ini dianggap tidak adil.[24]

Ekonomi Islam menawarkan prinsip-prinsip pembiayaan dengan menekankan nilai-nilai moral dan etika yang tinggi, seperti kerelaan (*ridha*), keadilan (*'adl*), dan saling tolong-menolong (*ta'awun*), yang menjadi landasan utama dalam setiap transaksi keuangan. Dalam konteks ini, sumber permodalan yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam menjadi sangat penting untuk dikembangkan dan diperluas, terutama bagi pedagang pasar tradisional yang selama ini sering menghadapi kendala dalam memperoleh modal usaha yang halal dan

[22] Hilda Kholailah, "Analisis Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Sumber Pembiayaan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang di Pasar Tamin Bandar Lampung)," *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*: 47.

[23] "Al-Quran Dan Terjemah," NU Online, accessed July 12, 2025, https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275.

[24] Zainuddin Lubis, "6 Ayat Larangan Riba dalam AL-Qur,an,", 6 Ayat Larangan Riba dalam Al-Qur'an, diakses pada 12 Juli 2025.

berkelanjutan. Dengan adanya pembiayaan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, para pedagang tidak hanya dapat memperoleh modal dengan cara yang sesuai dengan keyakinan agama mereka, tetapi juga dapat menjaga keberlangsungan usaha secara jangka panjang tanpa terbebani oleh beban bunga yang memberatkan. Selain itu, pembiayaan syariah juga mendorong terciptanya hubungan kemitraan yang lebih sehat antara pemberi dan penerima modal, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang adil, transparan, dan saling menguntungkan.

Penelitian mengenai preferensi pedagang pasar tradisional dalam memilih sumber permodalan menurut perspektif ekonomi Islam masih sangat diperlukan karena terdapat kesenjangan antara nilai-nilai religius yang diyakini dengan realitas ekonomi Islam. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti memilih Pasar Baledono Purworejo sebagai lokasi penelitian karena lokasinya yang strategis di pusat Kota Purworejo dan menjadi salah satu pusat pasar induk di Purworejo yang menawarkan berbagai jenis barang serta jasa dengan harga yang terjangkau. Selain itu, terdapat permasalahan terkait preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan sehingga penting untuk dianalisis lebih lanjut guna menemukan solusi atas kendala permodalan yang dialami oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo.

Ketertarikan peneliti juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang belum banyak mengkaji secara spesifik preferensi pedagang pasar tradisional pada sumber permodalan dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya di wilayah Purworejo. Adanya sejumlah penelitian sebelumnya yang mengangkat isu serupa di lokasi berbeda, seperti yang dilakukan oleh Idel Waldelmi, Afvan Aquino, dan Nofrizal diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa sumber permodalan pedagang Pasar Syariah Ulul Albab yang tertinggi yakni modal pribadi dan distributor serta pedagang Pasar Syariah Ulul Albab masih mencampur permodalan mereka dengan modal yang bertentangan dalam Islam, seperti modal para pemodal/rentenir/jula-jula tembak serta lembaga keuangan, yakni perbankan konvensional dan koperasi.[25] Oleh karena itu, penulis akan mengangkat topik ini dalam penelitian yang berjudul **"ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pasar Baledono Purworejo)".** Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan pembiayaan yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip ekonomi

[25] Idel Waldelmi, Afvan Aquino, dan Nofrizal, "Analisis Permodalan Pedagang Pasar Syariah," *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7 (2019): 71–78.

Islam, sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan pedagang pasar tradisional dan menjaga keberlangsungan pasar tradisional sebagai pusat ekonomi masyarakat Purworejo. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam khususnya dalam konteks pembiayaan usaha mikro dan kecil di pasar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi pedagang Pasar Baledono Purworejo pada sumber permodalan?
2. Bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap preferensi pedagang Pasar Baledono Purworejo dalam memilih sumber permodalan?

C. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah tersebut menjadi dasar penetapan tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana preferensi pedagang Pasar Baledono Purworejo dalam menentukan sumber permodalan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perspektif Ekonomi Islam pada pilihan sumber permodalan yang digunakan oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, menjadi acuan akademisi maupun peneliti yang ingin meneliti mengenai fenomena yang sama ataupun menjadi sumber referensi untuk mencari celah kekurangan dan memperbaiki dengan penelitian terbaru.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi semua pihak, antara lain:

   a. Bagi Penulis

      Penelitian ini merupakan tugas akhir penulis sebagai syarat kelulusan sehingga bertujuan untuk memperdalam pengetahuan penulis mengenai permodalanan khususnya terkait prefereni sumber permodalan yang digunakan para pedagang pasar tradisional di Pasar Baledono Purworejo.

   b. Bagi Pedagang Pasar Baledono Purworejo

Untuk memberikan informasi kepada pedagang Pasar Baledono Purworejo mengenai berbagai pilihan sumber permodalan yang dapat diakses, baik dari lembaga keuangan bank, non-bank, maupun sumber lainnya. Diharapkan informasi ini membantu pedagang dalam memilih sumber permodalan yang paling sesuai dan mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam pengambilan keputusan.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu, terutama yang berkaitan dengan analisis preferensi pedagang tradisional pada sumber permodalan dari sudut pandang ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini dapat memperluas khazanah pengetahuan dan menambah literatur akademik di bidang terkait.

d. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya umat Islam yang akan memilih dan menggunakan sumber permodalan untuk menjalankan usahanya agar sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat menjadi pedoman dalam menjalankan usaha secara etis dan religius.

e. Bagi Perbankan Syariah

Memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kebutuhan serta preferensi nasabah, khususnya pedagang dalam hal produk dan layanan keuangan. Dengan memahami pola perilaku nasabah serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan finansial mereka, bank dapat mengembangkan produk yang lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian-penelitian terdahulu menjadi acuan penting bagi peneliti dalam proses penelitian ini, karena membantu memperluas dan memperkuat landasan teori yang digunakan. Beberapa studi sebelumnya dijadikan referensi untuk memperkaya bahan kajian yang relevan. Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif, serta dapat melakukan perbandingan untuk menganalisis dan mengevaluasi penelitian yang sedang dilakukan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hilda Kholailah, 2023.[26] Analisis Preferensi Pedagang Tradisional terhadap Sumber Pembiayaan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang di Pasar Tamin Bandar Lampung). Temuan penelitian menunjukkan bahwa

[26] Hilda Kholailah, "Analisis Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Sumber Pembiayaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," 2024, 1–74.

pilihan pedagang terhadap sumber pembiayaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti budaya, aspek pribadi, lingkungan sosial, dan kondisi psikologis. Adapun sumber pembiayaan yang digunakan pedagang mencakup modal pribadi, Bank BRI, Bank BSI, serta arisan. Namun dari perspektif ekonomi Islam, praktik pembiayaan yang berjalan di pasar Tamin Bandar Lampung belum sepenuhnya mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti prinsip kerelaan, keadilan, dan tolong-menolong. Perbedaan dalam penelitian yang dilakukan yakni terletak pada lokasi, waktu pelaksanaan, serta subjek yang diteliti. Persamaan terdapat pada jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian lapangan (field research) dengan sifat deskriptif analisis.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Nughroho Hadi, 2021.[27] Preferensi Pedagang Pasar Tradisional dalam Memilih Jasa Modal Usaha pada Lembaga Keuangan di Masa Pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti people (sumber daya manusia), process (proses pelayanan), assurance (jaminan), product (produk), dan price (harga) berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih pembiayaan modal kerja dari lembaga keuangan. Perbedaan mendasar antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pendekatannya, yaitu kuantitatif dalam penelitian tersebut dan kualitatif dalam penelitian penulis. Namun, keduanya memiliki kesamaan dalam fokus penelitian, yaitu membahas preferensi pedagang pasar tradisional terhadap sumber permodalan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Afandi Yaasin, 2021.[28] Preferensi Arisan Sebagai Sumber Modal di Era Digital (Studi Di Pasar Darmo Trade Center). Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa meskipun era digital menawarkan kemudahan akses modal dari lembaga keuangan formal seperti bank, banyak pelaku UMKM di Pasar Darmo Trade Center tetap memilih arisan. Hal ini disebabkan oleh faktor kedekatan sosial, kemudahan prosedur, tidak adanya unsur riba, serta nilai-nilai kebersamaan dan saling percaya yang sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan mereka. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus penelitian, yakni arisan sebagai sumber modal tanpa mengaitkannya dengan perspektif ekonomi Islam. Sementara itu, penelitian penulis lebih menyoroti preferensi sumber permodalan secara umum dalam perspektif ekonomi Islam.

[27] Sugeng Nugroho Hadi, "Preferensi Pedagang Paar Tradisional Dalam Memilih Jasa Modal Usaha Pada Lembaga Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19," *At Tauzi':Jurnal Ekonomi Islam* 21, no. 2 (2021): 13–31.

[28] Moh. Afandi Yaasin, "Preferensi Arisan Sebagai Sumber Modal Di Era Digital (Studi Di Pasar Darmo Trade Center)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan sosial (EMBISS)* 2, no. 1 (2021): 15–27.

Namun, kesamaan antara keduanya terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan hasil berupa data deskriptif.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Maya Anggita Afriliyanti, 2024.[29] Analisis Perspektif Islam dalam Pengambilan Keputusan Pedagang Kaki Lima di Pasar Rakyat Lebaksiu Tegal dalam Memilih Pinjaman Modal terhadap Rentenir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan pedagang kaki lima memilih rentenir karena kemudahan akses, cepatnya pencairan dana, fleksibilitas jumlah pinjaman, tidak adanya agunan, dan prosedur yang sederhana, terutama karena mereka tidak memiliki akses ke lembaga pembiayaan formal. Namun, penggunaan jasa rentenir dengan bunga tinggi justru menimbulkan beban utang jangka panjang yang tidak berkelanjutan. Dalam pandangan Islam, praktik riba seperti ini bertentangan dengan syariah sebagaimana dilarang dalam Q.S. Ali Imran ayat 130. Penelitian ini juga menekankan pentingnya solusi pembiayaan alternatif yang sesuai syariah, seperti melalui Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang menawarkan pinjaman tanpa bunga, mudah diakses, dan tidak memerlukan jaminan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan edukasi dan pemberdayaan kepada pedagang kaki lima agar mereka dapat beralih ke lembaga keuangan syariah yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam dan terbebas dari beban bunga. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi, waktu pelaksanaan, dan subjek yang dikaji, namun memiliki kesamaan dalam penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Akhlina Tijani Prabawa, 2024.[30] Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja terhadap Bank Syariah dalam Memperoleh Sumber Permodalan untuk Usaha. Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari 30 pedagang Pasar Tradisional Sokaraja, hanya 2 pedagang yang mempercayai bank syariah sebagai sumber permodalan karena alasan keyakinan agama. Sebanyak 17 pedagang lainnya tidak membutuhkan modal besar sehingga tidak tertarik meminjam ke bank syariah, sedangkan 11 pedagang merasa modal sendiri sudah mencukupi dan tidak membutuhkan pinjaman dari lembaga keuangan syariah. Persepsi negatif terhadap bank syariah seperti anggapan adanya persyaratan yang ketat, proses pengajuan yang rumit, dan suku bunga tinggi, menjadi alasan utama rendahnya minat pedagang untuk memanfaatkan produk permodalan bank syariah. Tingkat kepercayaan pedagang sangat dipengaruhi oleh

[29] Maya Anggita Afriliyanti, "Analisis Perspektif Islam Dalam Pengambilan Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Lebaksiu Tegal Dalam Memilih Pinjaman Modal Terhadap Rentenir," *repository uinsaizuuinsaizu* 15, no. 1 (2024): 1–132.

[30] Akhlina Tijani Prabawa, "Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja Terhadap Bank Syariah Dalam Memperoleh Sumber Permodalan Untuk Usaha," *repository uinsaizu* 15, no. 1 (2024): VII.

pemahaman mereka terhadap mekanisme pembiayaan syariah dan tingkat literasi keuangan yang masih rendah. Persamaan penelitian ini dengan penulis terletak pada pendekatan kualitatif yang digunakan dan aspek sumber permodalan pedagang pasar tradisional. Sementara perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, waktu pelaksanaan, dan karakteristik responden.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Miftah Al-Qahtani, Sri Ramadhani, dan Ahmad Syakir, 2025.[31] Persepsi Pedagang Pasar Sipirok Tapanuli Selatan terhadap Pembiayaan Bank Syariah. Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memiliki pandangan yang kurang positif terhadap pembiayaan syariah. Mereka menganggap sistem bagi hasil yang ditawarkan bank syariah lebih kompleks dan kurang menguntungkan dibandingkan sistem bunga yang berlaku di bank konvensional. Selain itu, rendahnya pemahaman terhadap keuangan syariah serta kurangnya edukasi dan promosi dari pihak bank syariah menjadi kendala utama dalam penggunaan layanan tersebut. Faktor lainnya seperti kemudahan transaksi, rasa percaya, dan kenyamanan yang dirasakan saat berurusan dengan bank konvensional turut memengaruhi keputusan para pedagang untuk tidak menggunakan jasa bank syariah. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada lokasi, waktu, dan responden. Sementara kesamaan utamanya terdapat pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Sokhikhatul Mawaddah, 2019.[32] Pedagang Tradisional Sebagai Pelaku UMKM Mitra Usaha BMT Walisongo dalam Pembiayaan Produktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSPPS BMT Walisongo merupakan lembaga keuangan mikro yang dimiliki oleh UIN Walisongo Semarang, yang berkomitmen untuk menjadi pionir dalam lembaga keuangan syariah dengan tujuan membangun dan mengembangkan ekonomi umat. Selain itu, lembaga ini memberikan dampak signifikan bagi masyarakat sekitar dan membantu pelaku UMKM terutama pedagang tradisional di Pasar Mijen. KSPPS BMT Walisongo menerapkan strategi unik yang menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan pembiayaan, khususnya bagi pedagang tradisional di Pasar Mijen, yang merasa terbantu oleh keberadaan lembaga ini dalam hal permodalan usaha mereka. Hal yang berbeda dalam penelitian yang dilakukan yakni dalam penelitian tersebut langsung difokuskan pada KSPPS BMT Walisongo untuk pembiayaan

[31] Muhammad Miftah Al-qahtani, Sri Ramadhani, dan Ahmad Syakir, "Persepsi Pedagang Pasar Sipirok Tapanuli Selatan Terhadap Pembiayaan Bank Syariah" 8, no. 3 (2025): 47–55, https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1341.

[32] Sokhikhatul Mawadah, "BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Pedagang Tradisional Sebagai Pelaku UMKM Mitra Usaha BMT Walisongo dalam Pembiayaan Produktif" 7, no. 1 (2019): 1–16.

produktifnya. Memiliki kesamaan terhadap penulis yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data dari data primer dan data sekunder.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatannya. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pedagang di Pasar Baledono Purworejo terkait preferensi mereka dalam memilih sumber permodalan. Hasil dari wawancara tersebut disajikan dalam bentuk naratif, didukung oleh dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian. Teknik observasi langsung di lapangan, wawancara, serta dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi secara menyeluruh, memperkuat temuan, serta memberikan gambaran yang utuh mengenai objek yang diteliti. Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis secara mendalam sebelum menarik kesimpulan akhir dari hasil penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research)*, yakni penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi atau terhadap informan dengan cara mengamati kondisi secara nyata di lapangan. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa narasi dari ucapan, tindakan, serta perilaku yang dapat diamati, dengan fokus pada latar alamiah serta pemahaman menyeluruh terhadap individu atau kelompok.[33] Pemilihan metode kualitatif dengan pendekatan *field research* (penelitian lapangan) karena data yang diperoleh bersifat deskriptif dan memungkinkan peneliti untuk berinteraksi langsung dengan informan, yaitu pedagang di Pasar Baledono Purworejo sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih akurat dan terpercaya.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Baledono, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah tepatnya di Pasar Baledono Purworejo.

b. Waktu Penelitian

[33] M.A. Prof. DR. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2018.

Pelaksanaan penelitian dimulai setelah judul skripsi disetujui oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Peneliti memperkirakan kegiatan penelitian akan berlangsung selama kurang lebih 1 (satu) bulan.

3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang berarti peneliti secara sengaja memilih individu yang dianggap paling sesuai dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Informan yang dipilih adalah 17 pedagang di Pasar Baledono Purworejo. Pemilihan informan secara *purposive* dilakukan dengan pertimbangan bahwa para pedagang di Pasar Baledono Purworejo:

a. Menempati kios atau los untuk menjalankan usahanya.
b. Berpengalaman lebih dari empat tahun berjualan.
c. Memahami sumber permodalan yang digunakan dalam menjalankan usahanya.
d. Beragama Islam.

4. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data Primer merupakan data utama yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui kegiatan lapangan seperti wawancara dan observasi. Data ini bersifat orisinal karena diperoleh secara langsung dari informan yang menjadi subjek penelitian, yaitu pedagang Pasar Baledono Purworejo.[34]

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang berasal dari pihak atau sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Informasi ini dapat diperoleh dari buku, hasil dokumentasi, website yang menunjang kajian, artikel-artikel pada internet ataupun jurnal dan penelitian terdahulu yang relevan merupakan sumber dari data sekunder.[35]

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang berbeda dari wawancara atau kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan, observasi tidak selalu memerlukan komunikasi

[34] Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi : Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017).

[35] Syafnidawaty, "Data Sekunder," universitasraharja.ac.id, 2020, https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/.

langsung. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan mendalam terhadap objek yang berkaitan dengan topik penelitian baik itu individu, benda, maupun dokumen. Pengamatan ini bisa dilakukan secara partisipatif maupun non-partisipatif.[36] Dalam penelitian ini, peneliti mengadakan observasi langsung di Pasar Baledono Purworejo, khususnya terhadap para pedagang yang menjadi subjek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi terstruktur antara peneliti dan narasumber dengan tujuan untuk menggali informasi tertentu.[37] Peneliti menggunakan wawancara terstruktur, dimana topik dan daftar pertanyaan telah ditentukan sebelumnya untuk memastikan fokus tetap pada pokok bahasan. Penting bagi pewawancara untuk membangun hubungan yang baik dengan informan agar mereka merasa nyaman dalam memberikan informasi yang jujur dan lengkap. Daftar pertanyaan yang telah disiapkan juga memungkinkan peneliti menyesuaikan atau mengembangkan pertanyaan tambahan selama proses wawancara berlangsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada pengumpulan bukti tertulis, arsip, atau catatan yang mencatat peristiwa atau tindakan yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data dari observasi dan wawancara khususnya yang berhubungan dengan sumber permodalan yang digunakan para pedagang di Pasar Baledono Purworejo.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan melibatkan pengumpulan data dari berbagai referensi tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber ini dapat berupa buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian sebelumnya, artikel, maupun materi lain yang mendukung kajian teoritis penelitian.[38]

6. Teknik Analisis Data

Menurut Patton, analisis data merupakan langkah menyusun, mengelompokkan, dan mengkategorikan data untuk menghasilkan pola dan kesimpulan. Setelah data terkumpul, peneliti akan terlebih dahulu mengevaluasi dan menyunting data guna memastikan kelengkapan, kejelasan, serta kesesuaiannya dengan kebutuhan penelitian.[39] Penelitian ini

[36] Feny Rita Fiantika dan Anita Maharani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2022. H. 43
[37] Prof. DR. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
[38] Fiantika dan Maharani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. H. 44.
[39] Prof. DR. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman, yang terdiri dari empat tahapan berikut:

a. Pengumpulan Data

Data terdokumentasi yang dicatat melalui wawancara, observasi, dan catatan lapangan yang relevan dengan objek penelitian.

b. Reduksi Data

Data yang telah terkumpul dipilah, disederhanakan, dan diolah menjadi informasi yang lebih fokus dan bermakna. Tahap ini membantu peneliti merangkum hasil wawancara dan mengidentifikasi pola penting terkait preferensi permodalan pedagang.

c. Penyajian Data

Data yang telah dirangkum disusun dan diorganisasikan dalam bentuk narasi, tabel, diagram, atau struktur hubungan antar kategori, sehingga mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut.

d. Penarikan dan Penguji Kesimpulan

Kesimpulan awal yang diperoleh bersifat sementara, dan akan disempurnakan seiring dengan temuan-temuan baru yang lebih mendukung selama proses analisis berlangsung.[40]

G. Sistematika Penulisan

Peneliti menyusun laporan penelitian ini ke dalam lima bab utama agar penyajian data dan analisis menjadi lebih sistematis, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat sejumlah aspek penting yang melandasi penelitian, seperti uraian latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat dari penelitian yang dilakukan, serta penjelasan mengenai sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua membahas berbagai teori yang relevan dengan fokus penelitian, mencakup topik-topik mengenai preferensi, pedagang, pasar tradisional, dan sumber permodalan yang menjadi dasar pemikiran dalam penelitian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM

[40] Fiantika dan Maharani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Hlm. 48.

Bab ketiga membahas dan menjelaskan berbagai permasalahan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu berisikan gambaran umum lokasi penelitian dan gambaran umum preferensi sumber permodalan pedagang Pasar Baledono Purworejo.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab empat penulis memaparkan hasil penelitian seperti data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh. Adapun data-data yang diuraikan pada bab ini adalah fakta sebenarnya dan benar-benar bersumber dari lokasi penelitian dan berisi tentang analisis wawancara dari penelitian terhadap seluruh data yang didapat dari lokasi penelitian. Data tersebut dibandingkan dengan dalam kerangka teori sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir yaitu Bab lima berisi uraian dari penutup yang meliputi kesimpulan dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan berisi uraian dari penulis mengenai hal-hal yang dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, kemudian saran berisi rekomendasi terkait preferensi sumber permodalan pedagang Pasar Baledono Purworejo dengan melihat dari berbagai aspek lainnya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Preferensi

1. *Theory of Planned Behavior* (TBP)

Model TPB adalah metode analisis yang dimaksudkan untuk berhubungan dengan perilaku di mana orang memiliki kontrol yang sangat baik atas kemauannya (*volitional control*). Model TPB menganggap bahwa semua perilaku adalah domain dari personaliti dan psikologi sosial. Teori perilaku yang direncanakan mengakui bahwa ada kemungkinan bahwa seseorang tidak memiliki kontrol penuh atas banyak perilaku. Asumsi dasar dari *theory of planned behavior* adalah bahwa banyak perilaku tidak selalu dikontrol penuh indivual, sehingga ide tentang control perilaku persepdian juga perlu dimasukkan.[41] TPB adalah pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), juga dikenal sebagai teori tindakan beralasan. TPB menjelaskan bahwa tiga jenis kepercayaan memengaruhi tindakan manusia, yaitu kepercayaan perilaku, kepercayaan normatif, dan kepercayaan kontrol.[42] Berikut adalah penjelasan dari tiap variabel yang diukur dengan model theory of planned behavior menurut Icek Ajzen dan Martin Fishbein:[43]

a. *Attitude toward Behavior* (Sikap terhadap Perilaku)

Faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respons positif atau negatif terhadap sesuatu yang diberikan dikenal sebagai sikap. *Attitude toward behavior* menurut Lo Choi Tung adalah seberapa baik seseorang melihat suatu tindakan. Ini bergantung pada bagaimana seseorang melihat hasil yang diharapkan dari tindakan tersebut. Sikap, menurut Assael didefinisikan sebagai kecenderungan untuk secara konsisten memberikan respons terhadap objek atau kelas objek dengan rasa suka atau tidak suka. Sebagai contoh, jika seseorang menganggap sesuatu bermanfaat bagi dirinya, dia akan memberikan respons positif, sebaliknya jika seseorang menganggap sesuatu yang tidak bermanfaat bagi dirinya, dia akan memberikan respons negatif.

---

[41] M. Ikbal, et. al., "Penerapan Metode Theory of Planned Behavior (TPB) Terhadap Respon Pengguna dalam Pemanfaatan E-Learning pada UIN Raden Fatah Palembang," *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 1 (2018): 2.

[42] Nadhira Afdalia, et. al., "Theory of Planned Behavior dan Readiness for Change dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010," *JAAI Jurnal Akundtansi dan Auditing Indonesia* 12, no. 2 (2014): 112.

[43] M. Ikbal, et. al., "Penerapan…," 4.

b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Jika seseorang merasa bahwa orang lain yang penting percaya bahwa mereka seharusnya berperilaku tertentu, mereka akan berusaha untuk melakukannya. Orang lain yang penting tersebut dapat berupa sahabat, pasangan, dokter, dsb. Ini dicapai dengan meminta responden untuk menentukan apakah orang lain yang penting akan setuju atau tidak setuju jika mereka menunjukkan perilaku yang dimaksud. Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Jika satu atau lebih orang di sekitarnya (seperti saudara atau teman sejawat) menyetujui suatu perilaku tertentu, ini akan mendorong individu tersebut untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

c. *Preceived Behavior Control* (Kontrol Perilaku Persepsi)

Ajzen menyebut kontrol perilaku persepsian sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku. Semakin besar kontrol perilaku persepsian, semakin kuat niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa sikap dan norma subjektif seseorang semakin menarik terhadap perilaku karena refleksi dari pengalaman masa lalu dan antisipasi halangan yang akan datang. Ketika Anda mengontrol perilaku persepsian yang telah berubah, perilaku yang ditampilkan akan berubah, sehingga tidak lagi sama dengan yang diinginkan. Dalam teori direncanakan perilaku, persepsi pengendalian perilaku sangat penting. Selain persepsi pengendalian perilaku, teori perilaku terencana tidak sama dengan teori tindakan beralasan.

Dalam konteks pasar tradisional seperti Pasar Baledono Purworejo, pedagang mungkin memiliki sikap positif terhadap pembiayaan syariah karena sesuai dengan nilai-nilai agama, namun norma sosial dan persepsi kontrol perilaku (misalnya kemudahan akses dan prosedur pinjaman) juga sangat menentukan apakah mereka benar-benar memilih sumber modal tersebut. Jika akses ke modal syariah sulit atau prosedurnya rumit, pedagang cenderung memilih sumber modal lain yang lebih mudah dijangkau meskipun kurang sesuai prinsip Islam. Dengan demikian, TPB membantu menjelaskan preferensi pedagang dalam memilih sumber permodalan tidak hanya berdasarkan aspek ekonomi atau agama saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan persepsi kendali atas sumber modal tersebut. Singkatnya, TPB memberikan kerangka yang sistematis untuk menganalisis bagaimana sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol memengaruhi keputusan pedagang pasar tradisional dalam memilih sumber permodalan yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

2. Pengertian Preferensi

Kata preferensi berasal dari bahasa inggris yaitu *preference* yang mempunyai arti antara lain sebagai pilihan, sesuatu yang lebih disukai, atau dianggap lebih baik dibandingkan yang lain.[44] Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi adalah kecenderungan seseorang dalam menentukan pilihan atau mengambil keputusan terhadap suatu hal.[45] Secara umum, preferensi dapat diartikan sebagai sikap atau kecenderungan individu untuk memilih satu alternatif daripada alternatif lainnya. Preferensi mencerminkan bagaimana individu menilai atau menyukai sesuatu berdasarkan kebutuhan, keinginan, atau nilai-nilai pribadi.

Dalam konteks perilaku konsumen, preferensi sering diartikan sebagai sikap terhadap produk atau layanan tertentu, yang mendorong seseorang untuk membuat keputusan pembelian. Preferensi tidak hanya terbatas pada objek fisik, tetapi juga bisa mencakup gagasan, nilai, atau prinsip yang dianggap lebih diinginkan daripada alternatif lainnya. Beberapa ahli menjelaskan pengertian preferensi diantaranya menurut Kotler yang menyatakan bahwa preferensi konsumen mencerminkan tingkat kesukaan mereka terhadap berbagai alternatif produk atau layanan yang tersedia. Secara umum, preferensi dapat dipahami sebagai kecenderungan seseorang dalam menyukai atau tidak menyukai suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsinya.[46]

Menurut Nitzan, preferensi menggambarkan kecenderungan atau rasa suka seseorang terhadap berbagai alternatif yang tersedia, sedangkan pilihan merupakan tindakan nyata dalam menentukan salah satu dari alternatif tersebut. Dalam konteks ini, preferensi dan keputusan yang diambil bisa saja tidak selalu sejalan. Sementara itu, Sen mengemukakan bahwa preferensi memiliki beragam makna, di antaranya sebagai bentuk penilaian, pilihan, serta perasaan positif terhadap sesuatu dimana masing-masing makna tersebut memiliki perbedaan mendasar. Dalam pendekatan ekonomi konvensional, preferensi sering diartikan sebagai keputusan seseorang dalam memilih, disertai berbagai pertimbangan dan alasan pribadi.[47]

Adapun menurut Andi Mappiare, preferensi diartikan sebagai suatu konfigurasi mental yang terdiri dari gabungan berbagai unsur seperti perasaan, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan, maupun kecenderungan lainnya yang mendorong individu dalam

---

[44] John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, t.t.).

[45] Admin, "Pengertian Preferensi," kbbi.web.id, diakses 31 Januari 2025, https://kbbi.web.id/preferensi.

[46] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta, 2000).

[47] Sunaryo, "Etika Berbasis Kebebasan Amartya Sen Integrasi Kebebasan dalam Pilihan Sosial, Demokrasi, dan Pembangunan," 2017.

membuat suatu keputusan. Dalam ilmu ekonomi sendiri, terdapat empat prinsip utama dalam pengambilan keputusan rasional yaitu:[48]

a. Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini menegaskan bahwa seseorang mampu menentukan preferensinya di antara dua pilihan situasi. Jika dihadapkan pada dua alternatif, misalnya A dan B, individu dapat memutuskan salah satu dari berikut:

1) A lebih disukai daripada B. Contoh: Seorang konsumen lebih memilih mobil merek Toyota daripada merek Suzuki ketika harus memilih antara keduanya.
2) B lebih disukai daripada A. Contoh: Individu lebih memilih gadget merek Samsung daripada merek Apple saat dihadapkan pada kedua pilihan tersebut.
3) Menyukai A dan B dalam tingkat yang sama. Contoh: Seseorang menyukai kedua merek gadget Apple dan Samsung secara sama-sama, sehingga tidak ada preferensi yang lebih tinggi di antara keduanya.
4) Tidak menyukai A maupun B. Contoh: Individu tidak menyukai kedua merek kendaraan Honda dan Toyota, sehingga keduanya dianggap sama-sama tidak disukai.

b. Transitivitas (*Transitivity*)

Prinsip ini bertujuan untuk memastikan adanya konsistensi dalam pola pikir seseorang ketika menentukan pilihan. Artinya, jika seseorang menganggap bahwa produk A lebih disukai daripada produk B, dan produk B lebih disukai daripada produk C, maka secara logis ia juga akan memilih produk A dibandingkan produk C..

Misalkan ada tiga produk yaitu Produk A = Smartphone merek Apple, Produk B = Smartphone merek Samsung, Produk C = Smartphone merek Xiaomi. Pernyataan preferensi: Jika seseorang menyatakan bahwa Apple lebih disukai dibandingkan Samsung, dan Samsung lebih disukai dibandingkan Xiaomi, maka secara otomatis ia seharusnya lebih menyukai Apple dibandingkan Xiaomi.

Penerapan prinsip ini membantu menjaga keselarasan dalam pengambilan keputusan agar tidak muncul ketidakkonsistenan. Jika prinsip transitivitas ini tidak terpenuhi, maka preferensi individu bisa menjadi tidak rasional dan menimbulkan kebingungan.

c. Kesinambungan (*Continuity*)

[48] Uswatun Khasanah and Yuris Huswatun H Rahmadana, "Rasionalitas dalam Ekonomi," *EconPapers*, 2021, 7–8.

Prinsip kesinambungan menyatakan bahwa jika seseorang lebih menyukai produk A daripada produk B, maka produk lain yang mirip dengan A pun kemungkinan besar akan tetap lebih disukai daripada B. Ini menunjukkan adanya konsistensi dalam pilihan konsumen. Misalnya, jika seseorang lebih menyukai mobil Honda daripada Suzuki, maka apapun model mobil Honda tetap akan dianggap lebih baik daripada model Suzuki mana pun..

d. Lebih Banyak Selalu Lebih Baik (*The More Is The Better*)

Prinsip ini menyebutkan bahwa dengan bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi, maka kepuasan yang dirasakan akan meningkat. Artinya, konsumen cenderung akan mengonsumsi lebih banyak suatu produk selama masih sesuai dengan anggaran dan kebutuhannya.

Contoh: Ketika harga barang X turun dari Rp200 menjadi Rp100 per unit, konsumen bisa membeli lebih banyak dengan anggaran yang sama, misalnya dari 2 unit menjadi 6 unit, sehingga tingkat kepuasannya meningkat. Ini tergambar dalam kurva indiferensi yang menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen seiring bertambahnya konsumsi, walau tetap dipengaruhi oleh batasan anggaran (*budget constraint*).

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Preferensi seseorang dalam memilih suatu barang atau jasa bukanlah terjadi secara acak, melainkan dipengaruhi oleh serangkaian faktor yang kompleks dan saling berinteraksi. Menurut Kotler & Keller yang dikutip oleh Ismunandar dan Yuyun Ayu Lestari, kecenderungan seseorang dalam memilih barang atau jasa dipengaruhi oleh empat unsur utama yaitu:[49]

a. Faktor Budaya

Faktor budaya adalah fondasi paling dasar yang membentuk keinginan dan perilaku seseorang. Budaya mencakup keseluruhan sistem nilai, kepercayaan, norma, pola pikir, bahasa, ritual, dan simbol yang diwarisi dari generasi ke generasi serta membentuk kebiasaan, sikap, dan perilaku individu maupun kelompok masyarakat. Ini adalah kerangka kerja dimana individu tumbuh dan belajar bagaimana bertindak dalam masyarakat. Faktor budaya terdiri dari tiga komponen utama yaitu:

[49] Ismunandar Ismunandar dan Yuyun Ayu Lestari, "Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Lo'I Me'E Mbojo Di Kota Bima," *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 5, no. 2 (2019): 101–11, https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.54.

1) Kebudayaan *(Culture)*

Kebudayaan adalah kumpulan nilai-nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku yang dipelajari seseorang dari keluarga dan institusi penting lainnya di masyarakat. Setiap masyarakat memiliki budayanya sendiri, dan perilaku pembelian sangat dipengaruhi oleh budaya. Misalnya, budaya makan nasi sebagai makanan pokok di Indonesia akan sangat memengaruhi preferensi terhadap beras dibandingkan gandum. Kebudayaan ini tidak statis, kebudayaan terus berkembang dan beradaptasi seiring waktu. Di dalam setiap budaya besar, terdapat pula subkultur.

2) Subbudaya *(Subculture)*

Subbudaya adalah kelompok-kelompok yang lebih kecil di dalam budaya yang lebih besar, yang memiliki sistem nilai, kepercayaan, dan pengalaman hidup yang sama berdasarkan situasi atau ciri umum tertentu. Subbudaya memberikan identitas dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggotanya. Contoh subbudaya meliputi:

a) Kebangsaan/Etnis

Preferensi makanan, pakaian, atau musik yang khas dari suatu kelompok etnis tertentu. Misalnya, preferensi masakan Padang bagi orang Minang.

b) Agama

Larangan atau anjuran tertentu dalam konsumsi produk. Misalnya produk halal bagi Muslim atau kosher bagi Yahudi.

c) Kelompok Ras

Pengaruh ras terhadap pola konsumsi, meskipun ini seringkali berinterisan dengan faktor sosio-ekonomi.

d) Wilayah Geografis

Preferensi produk yang disesuaikan dengan iklim atau kebiasaan lokal. Misalnya pakaian hangat di daerah dingin. Pemasar seringkali menargetkan subbudaya tertentu karena mereka memiliki kebutuhan dan preferensi yang lebih spesifik.

3) Kelas Sosial *(Social Class)*

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan terstruktur secara hierarkis, di mana anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial bukan hanya ditentukan oleh pendapatan, tetapi juga oleh pekerjaan, pendidikan, kekayaan, dan faktor lainnya. Individu dalam kelas sosial

yang sama cenderung memiliki pola pembelian yang serupa dalam hal pakaian, produk hiburan, kendaraan, dan lain-lain. Misalnya, preferensi terhadap merek mobil mewah mungkin lebih tinggi di kelas atas, sementara mobil ekonomis lebih diminati di kelas menengah ke bawah.

b. Faktor Sosial

Selain budaya, interaksi, dan kelompok sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen. Manusia adalah makhluk sosial dan keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka.. Faktor sosial terbagi menjadi tiga, yaitu:

1) Kelompok Referensi *(Reference Groups)*

Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang menjadi acuan bagi individu dalam membentuk sikap atau perilaku mereka. Kelompok ini dapat memengaruhi secara langsung melalui interaksi tatap muka atau tidak langsung.

a) Kelompok Primer

Kelompok dengan interaksi rutin dan informal seperti keluarga, teman dekat, tetangga, atau rekan kerja. Pengaruh kelompok primer sangat kuat karena adanya ikatan emosional dan interaksi yang intens. Misalnya, rekomendasi produk dari teman dekat seringkali lebih dipercaya.

b) Kelompok Sekunder

Kelompok yang lebih formal dan interaksi yang kurang rutin seperti organisasi, profesi, klub olahraga, atau asosiasi. Meskipun interaksinya tidak seintens kelompok primer, mereka tetap dapat memengaruhi preferensi melalui norma-norma kelompok atau informasi yang dibagikan. Kelompok referensi mengekspos individu pada perilaku dan gaya hidup baru, memengaruhi konsep diri, dan menciptakan tekanan untuk mengikuti norma kelompok yang semuanya berdampak pada pilihan produk dan merek.

2) Keluarga *(Family)*

Keluarga adalah sosok yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga saling memengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam pembelian besar atau yang melibatkan kebutuhan seluruh anggota keluarga. Pengaruh keluarga sangat kuat, terutama dalam membentuk sikap dan pilihan anggota muda terhadap merek, produk, atau toko tertentu. Anak-anak belajar banyak tentang konsumsi dari orang tua mereka dan pola pembelian ini sering terbawa hingga dewasa. Misalnya,

jika orang tua selalu menggunakan merek deterjen tertentu, kemungkinan besar anak akan memiliki preferensi terhadap merek tersebut di kemudian hari.

3) Peran dan Status Sosial *(Roles and Status)*

Seseorang adalah bagian dari banyak kelompok keluarga, klub, dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam hal peran dan status. Peran adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan seseorang berdasarkan orang-orang di sekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan masyarakat terhadap peran tersebut. Individu cenderung memilih produk yang mengomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat. Misalnya, seorang eksekutif perusahaan mungkin akan memilih mobil mewah dan pakaian mahal yang mencerminkan statusnya.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik unik individu yang secara langsung memengaruhi keputusan pembeliannya. Faktor-faktor ini mencakup aspek demografis dan psikografis yang lebih spesifik pada diri seseorang:

1) Umur dan Tahap Kehidupan *(Age and Life-Cycle Stage)*

Kebutuhan dan selera seseorang berubah seiring bertambahnya usia dan melalui berbagai tahap kehidupan. Seseorang yang baru menikah akan memiliki preferensi yang berbeda dengan pasangan yang memiliki anak kecil atau pasangan yang sudah pensiun. Misalnya, orang muda mungkin lebih tertarik pada gadget terbaru dan hiburan, sementara keluarga muda membutuhkan produk bayi dan perlengkapan rumah tangga, dan lansia mungkin lebih fokus pada produk kesehatan atau kenyamanan.

2) Pekerjaan *(Occupation)*

Pekerjaan seseorang sangat memengaruhi jenis barang dan jasa yang dibeli. Seorang pekerja kerah biru mungkin akan membeli pakaian kerja yang kuat, sementara seorang manajer eksekutif akan membeli pakaian bisnis dan perangkat teknologi terkini. Pemasar seringkali mencoba mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk atau merek tertentu.

3) Kondisi Ekonomi *(Economic Situation)*

Situasi ekonomi individu meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan (penghasilan, tabungan, dan aset), utang, dan sikap terhadap pengeluaran/tabungan sangat memengaruhi pilihan produk. Konsumen dengan penghasilan tinggi

mungkin akan membeli barang-barang mewah, sementara yang berpenghasilan terbatas akan mencari produk dengan harga terjangkau. Pemasar harus memperhatikan tren dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan suku bunga untuk memahami dampak pada preferensi konsumen.

4) Gaya Hidup *(Lifestyle)*

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan opini. Gaya hidup adalah cerminan yang lebih komprehensif dari seseorang dibandingkan sekadar kelas sosial atau kepribadian. Ini menggambarkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan dunia. Dua orang dari subkultur dan pekerjaan yang sama mungkin memiliki gaya hidup yang sangat berbeda, yang akan memengaruhi preferensi mereka terhadap produk. Misalnya, seseorang dengan gaya hidup aktif akan mencari pakaian olahraga dan peralatan outdoor.

5) Kepribadian dan Konsep Diri *(Personality and Self-Concept)*

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang relatif stabil dan berkelanjutan yang menghasilkan respons yang konsisten serta tahan lama terhadap lingkungan seseorang. Ini mencakup sifat-sifat seperti kepercayaan diri, dominasi, kemandirian, sosialisasi, dan kemampuan beradaptasi. Pemasar sering menghubungkan kepribadian merek dengan kepribadian konsumen. Konsep diri adalah pandangan seseorang tentang dirinya sendiri, yang juga memengaruhi pilihan produk. Konsumen cenderung memilih merek yang sesuai dengan konsep diri mereka misalnya, membeli mobil ramah lingkungan karena mereka melihat diri mereka sebagai individu yang peduli lingkungan.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah proses mental yang terjadi di dalam diri individu dan memengaruhi bagaimana mereka merasakan dan berinteraksi dengan informasi tentang produk. Empat komponen psikologis utama adalah:

1) Motivasi *(Motivation)*

Menurut Jeffrey, motivasi berawal dari kebutuhan yang belum terpenuhi lalu menciptakan dorongan atau hasrat yang mendorong seseorang untuk bertindak guna memenuhinya. Motivasi terdiri dari:

a) Kebutuhan

Ada dua jenis kebutuhan, yaitu fisiologis seperti makanan dan pakaian serta kebutuhan yang dipelajari seperti penghargaan diri atau kekuasaan.

b) Perilaku

Tindakan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya, misalnya memilih merek tertentu, atau menolak produk tertentu.

c) Tujuan

Tujuan adalah apa yang ingin dicapai konsumen dari tindakannya, yang biasanya dipengaruhi oleh pengalaman, nilai budaya, dan kemampuan pribadi. Misalnya motivasi untuk tampil menarik dapat mendorong seseorang membeli pakaian atau kosmetik tertentu.

2) Persepsi *(Perception)*

Persepsi adalah proses di mana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Dua orang dengan motivasi yang sama mungkin memiliki persepsi yang berbeda terhadap suatu situasi karena proses selektif (misalnya, hanya memperhatikan informasi yang relevan), distorsi selektif (menafsirkan informasi agar sesuai dengan keyakinan pribadi), dan retensi selektif (mengingat hanya informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan yang ada). Persepsi sangat penting karena orang bertindak berdasarkan bagaimana mereka mempersepsikan sesuatu, bukan berdasarkan kenyataan objektif.

3) Proses belajar *(Learning)*

Belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku individu yang timbul dari pengalaman. Ketika seseorang bertindak, mereka belajar. Belajar ini terjadi melalui interaksi antara dorongan (stimulus internal yang kuat), rangsangan (objek yang menjadi target dorongan), isyarat (stimulus kecil yang menentukan kapan, di mana, dan bagaimana seseorang merespons), respons (reaksi terhadap isyarat), dan penguatan (jika respons berhasil mengurangi dorongan, kemungkinan respons yang sama di masa depan akan meningkat). Pengalaman positif dengan suatu produk akan memperkuat preferensi terhadap produk tersebut di masa depan.

4) Kepercayaan dan Sikap *(Beliefs and Attitudes)*

Kepercayaan adalah keyakinan atau pandangan individu terhadap sesuatu, kepercayaan dapat didasarkan pada pengetahuan nyata, opini, atau keyakinan. Pemasar tertarik pada kepercayaan yang dipegang konsumen tentang produk dan layanan, karena kepercayaan ini membentuk citra produk dan merek. Sedangkan

sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang terhadap suatu objek atau ide. Sikap membuat seseorang menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mendekati, atau menjauhinya. Sikap sulit diubah, sehingga pemasar biasanya berusaha menyesuaikan produk mereka dengan sikap yang ada daripada mencoba mengubah sikap konsumen.

4. Preferensi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsep preferensi dalam ekonomi Islam merujuk pada kecenderungan atau pilihan individu dalam menggunakan sumber daya ekonomi khususnya harta, yang harus dilakukan secara berhati-hati dan bertanggung jawab. Islam menggarisbawahi pentingnya pengelolaan kekayaan yang diarahkan pada pilihan-pilihan yang mengandung kemaslahatan, baik untuk diri sendiri maupun untuk kepentingan umat. Dengan demikian, penggunaan harta tidak hanya ditinjau dari aspek manfaat ekonomi semata, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan holistik yang mencakup aspek spiritual, sosial, dan moral.[50]

Dalam konteks konsumsi, preferensi diartikan sebagai pilihan bebas individu terhadap produk atau jasa yang mencerminkan nilai kebebasan dalam Islam. Kebebasan memilih dianggap sebagai landasan nilai-nilai kemanusiaan yang membedakan manusia dari makhluk lainnya. Al-Qur'an menegaskan bahwa meskipun Allah Maha Mengetahui dan Maha Mengatur, manusia tetap diberi kebebasan kehendak dalam menentukan pilihannya. Ayat-ayat Al-Qur'an banyak menekankan bahwa kemerdekaan memilih adalah hak mendasar manusia dan melalui penggunaan kebebasan yang benar, seseorang akan terdorong untuk memilih tindakan yang bermoral dan bertanggung jawab.

Dalam penentuan preferensi ekonomi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, terdapat sejumlah prinsip dasar yang menjadi panduan, antara lain:[51]

a. Prinsip Kerelaan

Setiap keputusan dalam transaksi ekonomi harus didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak dengan mekanisme yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Islam melarang praktik yang mengandung unsur maysir (spekulasi), gharar (ketidakpastian), dan riba (bunga) karena transaksi semacam itu cenderung merugikan salah satu pihak dan bertentangan dengan asas keadilan dalam muamalah.

---

[50] Mar'atus Syawalia Navis, "Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Permodalan (Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari, Kecamatan Lowokwaru – Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* 3, no. 1 (2015): 1–15.

[51] Alexander Thian, *Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2021).

b. Prinsip Keadilan

Keadilan dalam perspektif ekonomi Islam berarti menempatkan segala sesuatu sesuai dengan porsinya serta menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban individu maupun kolektif. Keadilan tidak berarti kesamaan mutlak, tetapi distribusi yang proporsional dan kontekstual berdasarkan kapasitas dan kebutuhan.

c. Prinsip Tolong-Menolong

Ekonomi Islam menolak sistem kapitalisme yang berlandaskan pada eksploitasi oleh pemilik modal terhadap mereka yang tidak memiliki akses terhadap sumber daya. Sebaliknya, Islam mengedepankan kerja sama, solidaritas, dan perlindungan terhadap pihak yang lemah, di mana tujuan konsumsi bukan semata untuk mencapai utilitas pribadi tetapi untuk memperoleh kemaslahatan kolektif.

Dalam rangka meraih kemaslahatan, Imam Al-Syatibi membagi tingkat kebutuhan manusia ke dalam tiga kategori yaitu:[52]

a. Dharuriyyat

Merupakan kebutuhan primer yang esensial bagi kelangsungan hidup manusia. Tanpa pemenuhan unsur ini, kehidupan akan mengalami kehancuran. Kemaslahatan akan tercapai jika lima aspek dasar dapat dijaga, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

b. Hajiyyat

Merujuk pada kebutuhan sekunder yang memudahkan pelaksanaan aktivitas hidup dan mencegah kesulitan. Ketidakhadirannya tidak menyebabkan kerusakan, tetapi dapat menimbulkan kesempitan atau ketidaknyamanan.

c. Tahsiniyyat

Merupakan kebutuhan tersier yang bersifat penyempurna dan memberikan kenyamanan serta nilai estetika dalam kehidupan. Tidak terpenuhinya aspek ini tidak menyebabkan kesulitan, namun pemenuhannya mendatangkan kesempurnaan dalam aktivitas.

Selain itu, M. Nur Rianto mengemukakan prinsip-prinsip tambahan dalam menentukan pilihan konsumsi dalam Islam, antara lain:[53]

---

[52] Dr. Hj. Anita Rahmawaty M.Ag, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021).

[53] Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Kencana, 2014).

a. Objek konsumsi harus halal dan thayyib, yakni diperoleh dan dikonsumsi dengan cara yang benar serta membawa kebaikan.
b. Barang dan jasa yang dikonsumsi harus memberikan manfaat, serta tidak membahayakan diri sendiri maupun orang lain.
c. Keseimbangan dalam kuantitas konsumsi, yaitu tidak berlebihan (israf) dan tidak pula kekurangan (taqshir), sebagaimana yang diajarkan dalam prinsip wasathiyah (keseimbangan) dalam Islam.

Prinsip-prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ١٦٨

Artinya:

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan: karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."[54]

Ayat tersebut memberikan panduan kepada setiap individu yang beriman agar dalam menggunakan hak dan kebebasannya tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh syriat Islam. Pembatasan terhadap perilaku konsumsi dan kepemilikan disusun berdasarkan konsep kebaikan (*tayyibat*) dan keburukan *(khabithat)* yang pada dasarnya memberikan ruang kebebasan kepada umat Islam untuk memperoleh serta mengelola kepemilikan selama dilakukan dengan cara yang benar dan etis. *"Janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan"* mengindikasikan larangan terhadap cara-cara yang bertentangan dengan ketentuan Islam, yaitu merujuk kepada cara yang haram. Dalam hal ini, Islam dengan tegas melarang segala bentuk tindakan yang tidak adil, merugikan pihak lain, atau bertujuan untuk memperoleh hak orang lain secara tidak sah. Sebaliknya, Islam memperbolehkan segala bentuk usaha dalam memenuhi kebutuhan hidup asalkan dilakukan secara wajar, tidak melanggar norma syariat, dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral serta keadilan.

B. Permodalan

1. Definisi Modal

Modal merupakan seluruh unsur mencakup aspek berwujud fisik maupun nonfisik yang diperlukan untuk mendirikan dan menjalankan suatu usaha agar dapat menghasilkan keuntungan. Modal yang bersifat fisik meliputi dana tunai, properti seperti gedung, peralatan

[54] "Al-Qur'an Dan Terjemah," NU Online, n.d., https://doi.org/https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168.

produksi, sarana transportasi, bahan mentah, serta elemen sejenis lainnya. Sementara itu, modal nonfisik mencakup keahlian, jaringan relasi, reputasi, serta hal-hal lain yang mendukung. Semua jenis modal tersebut sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan usaha.[55]

Berdasarkan pandangan Lawrence J. Gitman, permodalan diartikan sebagai sumber dana eksternal yang dimiliki perusahaan dalam periode waktu tertentu atau segala bentuk komponen yang tercatat pada sisi pasiva neraca, kecuali kewajiban lancar. Di sisi lain, Bambang Riyanto mengartikan sebagai output ekonomi yang dialokasikan kembali untuk mendukung siklus produksi berikutnya. Seiring dengan perkembangan pemikiran, konsep modal semakin berorientasi pada aspek nilai ekonomi, kapasitas konsumsi, serta efek yang dihasilkan oleh aset produktif. Adapun menurut Moekijat, permodalan mencakup keseluruhan sumber daya perusahaan seperti kas, fasilitas pembiayaan, kepemilikan atas kekayaan intelektual (termasuk paten), peralatan produksi, hingga aset tetap lainnya.[56]

Jumlah modal yang dibutuhkan sangat bergantung pada bentuk kegiatan usaha yang dilakukan. Dalam konteks kehidupan sehari-hari, masyarakat umumnya mengenal ragam bentuk kegiatan ekonomi mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar yang masing-masing memiliki kebutuhan modal dalam jumlah yang berbeda. Dengan demikian, kategori usaha yang dijalankan akan menentukan besar kecilnya modal yang diperlukan. Selain itu, unit usaha dengan jangka waktu operasional yang lebih lama biasanya memerlukan modal yang lebih besar.

2. Jenis-Jenis Modal

Modal dapat diklasifikasikan menjadi sejumlah kategori yaitu sebagai berikut:[57]

a. Berdasarkan Sumber

Modal berdasakan sumber dikategorikan menjadi modal internal (pribadi) serta modal eksternal (asing). Modal internal merupakan dana yang berasal dari internal perusahaan, baik disetor langsung oleh pemilik usaha maupun yang bersumber dari akumulasi keuntungan seperti laba ditahan. Sementara itu, modal eksternal adalah dana yang dihimpun dari pihak luar perusahaan, umumnya dalam bentuk fasilitas pembiayaan atau hutang, baik yang diperoleh melalui institusi keuangan maupun non-keuangan.

---

[55] I Nyoman Budiono, *Kewirausahaan I, Penerbit Aksara Timur*, 2018.

[56] Nur Inayah & Mohamad Irvan Septiar Musti Achmad Tjachja Nugraha, *Pengantar Kewirausahaan (Mengenal, Memahami, Dan Mencintai Dunia Bisnis)* (Yogyakarta: Andi, 2021).

[57] Dr. Rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi.pdf*, 2017.

b. Berdasarkan Wujudnya

Modal juga dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk keberadaannya menjadi modal konkret (berwujud) dan modal abstrak. (tidak berwujud). Modal berwujud merujuk pada aset yang memiliki bentuk fisik dan dapat dilihat dengan jelas, seperti mesin, bangunan pabrik, kendaraan operasional, serta perlengkapan kantor. Sebaliknya, modal tidak berwujud adalah aset yang tidak tampak secara fisik, namun memiliki manfaat ekonomis dan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan seperti hak atas merek dagang (brand), hak paten, maupun reputasi perusahaan.

c. Berdasarkan Kepemilikan

Modal berdasarkan kepemilikan dapat dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu adalah modal yang dimiliki oleh perseorangan atau individu, contohnya rumah pribadi yang disewakan, kendaraan pribadi yang digunakan untuk usaha, atau modal usaha yang berasal dari tabungan pribadi. Modal individu biasanya digunakan dalam usaha kecil atau usaha rumahan. Sedangkan modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh kelompok masyarakat, badan usaha, atau pemerintah. Contohnya fasilitas layanan kesehatan yang dikelola oleh entitas usaha, infrastruktur transportasi seperti ruas jalan utama, struktur penghubung seperti jembatan, serta sarana publik lainnya yang dibiayai oleh modal bersama. Modal masyarakat sering digunakan untuk kepentingan umum dan memberikan manfaat sosial yang luas.

d. Berdasarkan Sifat

Modal juga dapat digolongkan berdasarkan sifat penggunaannya dalam aktivitas operasional perusahaan. Modal dapat terbagi menjadi modal tetap dan modal lancar. Modal tetap merujuk pada sumber daya keuangan yang digunakan untuk keperluan jangka panjang dan tidak mengalami penyusutan nilai secara langsung dalam satu siklus produksi. Contoh dari modal tetap meliputi aset fisik seperti bangunan, mesin produksi, peralatan berat, dan kendaraan operasional. Sebaliknya, modal lancar adalah modal yang dialokasikan untuk kegiatan jangka pendek dan umumnya akan habis terpakai atau berubah bentuk selama proses satu siklus produksi atau aktivitas operasional. Contoh dari modal jenis ini meliputi bahan baku, barang dalam proses, produk jadi, serta dana kas.

Menurut Endang Purwati, modal usaha secara garis besar terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu modal investasi, modal kerja, dan modal operasional. Ketiga jenis

modal ini memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda dalam mendukung kelangsungan dan perkembangan suatu usaha:[58]

a. Modal Investasi

Modal investasi merupakan bentuk pembiayaan yang dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang perusahaan dan penggunaannya bersifat berulang dalam berbagai periode operasional. Contoh dari modal investasi adalah pembelian mesin produksi, kendaraan operasional, gedung, peralatan kantor, dan sebagainya. Karena sifatnya yang jangka panjang, modal investasi biasanya memerlukan perencanaan yang terstruktur serta dana yang relatif besar agar aset yang diperoleh dapat memberikan nilai guna optimal bagi perusahaan dalam jangka waktu lebih dari satu tahun.

b. Modal Kerja

Modal kerja merupakan sumber pembiayaan yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional harian perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan proses produksi barang atau jasa. Modal kerja bersifat jangka pendek karena hanya digunakan dalam satu siklus produksi dan biasanya akan habis dalam waktu kurang dari satu tahun. Contoh dari penggunaan modal kerja mencakup pengadaan bahan baku, pembayaran upah tenaga kerja harian, serta biaya transportasi. Ketersediaan modal kerja yang mencukupi menjadi faktor krusial dalam menjaga kelancaran operasional, karena kekurangan modal kerja dapat menghambat proses produksi maupun distribusi.

c. Modal Operasional

Modal operasional merujuk pada dana yang digunakan untuk membiayai kebutuhan rutin perusahaan. Pengeluaran yang masuk dalam kategori ini meliputi pembayaran gaji pegawai tetap, biaya konsumsi listrik, penyediaan air bersih, telepon, sewa gedung, dan biaya administrasi lainnya. Ketersediaan modal operasional sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan dasar operasional perusahaan.

[58] Endang Purwanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga," *Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 1 (2012): 1–16, https://doi.org/10.1007/BF02532975.

Sebelum memutuskan untuk memperoleh modal usaha, baik dari sumber internal maupun eksternal, ada beberapa pertimbangan penting yang harus diperhatikan oleh pemilik atau manajemen perusahaan, yaitu:[59]

a. Tujuan Perusahaan

Pertimbangan pertama adalah tujuan perusahaan dalam memperoleh modal. Apakah modal yang dibutuhkan akan digunakan sebagai modal investasi untuk pengembangan usaha, sebagai modal kerja untuk mendukung proses produksi, atau hanya sebagai tambahan modal operasional. Dengan memahami tujuan penggunaan modal, perusahaan dapat menentukan jenis dan jumlah modal yang sesuai, serta memilih sumber pendanaan yang paling tepat.

b. Masa Pengembalian Modal

Setiap pinjaman atau modal yang diperoleh, terutama dari lembaga keuangan, pasti memiliki jangka waktu pengembalian tertentu. Pemilik usaha harus mempertimbangkan dengan cermat jangka waktu pengembalian modal tersebut agar tidak membebani perusahaan dan mengganggu arus kas (*cash flow*) perusahaan. Masa pengembalian modal sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan, sehingga pembayaran cicilan atau pengembalian modal dapat dilakukan secara lancar tanpa menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

c. Biaya yang Dikeluarkan

Dalam memperoleh modal, biasanya terdapat berbagai pengeluaran terkait pembiayaan seperti biaya administrasi, imbal hasil atas pinjaman (bunga), biaya provisi, komisi jasa keuangan, serta komponen biaya tambahan lainnya. Seluruh pengeluaran tersebut perlu diperhitungkan dengan matang karena akan menambah beban finansial perusahaan. Biaya-biaya ini juga akan mempengaruhi penentuan harga jual produk atau jasa, serta besarnya laba yang dapat diperoleh perusahaan. Selain itu, besarnya biaya tersebut juga berdampak pada strategi penetapan harga jual produk atau jasa, serta margin keuntungan yang dapat dicapai. Oleh sebab itu, perusahaan harus memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh modal tidak melebihi kemampuan keuangan perusahaan.

d. Estimasi keuntungan

Pertimbangan terakhir adalah proyeksi laba yang berpotensi diperoleh oleh perusahaan pada periode mendatang. Estimasi keuntungan ini dihitung dari selisih

[59] Kasmir, *Kewirausahaan*.

antara total pendapatan dan seluruh biaya dalam suatu periode tertentu. Besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan akan sangat berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam mengembalikan modal yang telah diperoleh, baik dari pinjaman maupun dari modal sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat proyeksi keuangan yang realistis agar dapat memperkirakan apakah usaha yang dijalankan mampu memberikan keuntungan yang cukup untuk menutupi semua biaya, termasuk biaya modal.

3. Indikator yang Mempengaruhi Modal

Menurut Nugroho, modal merupakan komponen penting yang harus dimiliki dalam menjalankan suatu usaha guna menjaga keberlangsungan dan stabilitas operasional. Untuk memenuhi kebutuhan modal tersebut, terdapat empat indikator utama yang memengaruhi ketersediaan dan pemanfaatan modal, yaitu sebagai berikut:[60]

a. Struktur Modal

Struktur modal mengacu pada komposisi sumber pembiayaan yang digunakan oleh perusahaan, umumnya terbagi menjadi modal internal (modal pribadi) dan modal eksternal (modal pinjaman). Modal pribadi merupakan dana yang berasal dari pemilik usaha dan disetorkan ke dalam perusahaan untuk jangka waktu tertentu. Jenis modal ini biasanya bersifat jangka panjang dan memiliki tingkat likuiditas yang tidak dapat dipastikan. Disisi lain, modal pinjaman sering disebut sebagai modal asing, di mana dana yang diperoleh dari pihak eksternal dan bersifat sementara dan dikategorikan sebagai kewajiban yang harus dikembalikan sesuai ketentuan yang disepakati.

b. Pemanfaatan Modal Tambahan

Penggunaan modal tambahan yang bersumber dari lembaga keuangan seperti perbankan atau lembaga pembiayaan lainnya perlu dikelola secara optimal dan terarah. Modal tersebut harus dialokasikan sesuai tujuan awal yaitu untuk memperkuat dan memperluas kegiatan usaha. Pengelolaan yang tidak tepat berisiko menimbulkan beban keuangan tambahan bagi perusahaan.

c. Hambatan dalam Akses terhadap Modal Eksternal

Dalam praktiknya, terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperoleh modal eksternal. Kendala tersebut antara lain berupa sulitnya memenuhi persyaratan pembiayaan, seperti aspek kelayakan usaha, keberadaan agunan sebagai jaminan, lamanya perusahaan beroperasi,

[60] Fikri Aulia dan Toni Hidayat, "Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai," *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 119–32, https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1701.

serta kelengkapan dokumen dan persyaratan teknis yang ditetapkan oleh pihak pemberi pinjaman khususnya perbankan.

d. Kondisi Usaha Pasca Penambahan Modal

Penambahan modal diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha. Dalam hal ini, peningkatan modal dapat mendorong ekspansi bisnis, peningkatan produktivitas, serta penguatan posisi kompetitif di pasar. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kondisi usaha setelah memperoleh tambahan modal menjadi hal yang penting untuk mengukur efektivitas alokasi sumber daya keuangan tersebut.

4. Modal dalam Perspektif Ekonomi Islam

Modal merupakan salah satu komponen utama dalam faktor produksi yang memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan serta menambah aset kekayaan individu. Dalam konteks ekonomi, tidak dapat disangkal bahwa keberadaan modal memiliki posisi strategis dan menadi penentu utama terhadap keberlanjutan dan keberhasilan suatu kegiatan usaha. Melalui kepemilikan modal, seorang pelaku usaha dapat merumuskan jenis kegiatan ekonomi yang dijalankan, termasuk menentukan skala produksinya.

Dalam khazanah literatur fiqh, konsep modal dikenal dengan istilah *"Ra'sul Mal"* yang secara terminologis mengacu pada harta dalam bentuk uang maupun barang. Berdasarkan pemahaman fiqh serta pandangan sistem ekonomi Islam, konsep modal sebagai faktor produksi dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk utama. Pertama, alat produksi. Dalam perspekti Islam, alat-alat yang digunakan untuk menciptakan barang atau jasa seperti mesin tekstil atau traktor pertanian diposisikan dalam sistem akad ijarah (sewa-menyewa), sebagaimana diuraikan dalam kitab fiqh klasik. Dalam hal ini, pemilik alat produksi berhak menerima imbalan berupa sewa sesuai kesepakatan kontraktual, tetapi tidak diperkenankan untuk menuntut pembagian keuntungan (profit sharing) dari pihak penyewa.[61]

Kedua, modal dalam bentuk uang dan barang. Berbeda dengan alat produksi, modal dalam bentuk ini diperlukan sebagai entitas yang memiliki hak atas bagian keuntungan apabila modal tersebut dikelola oleh pihak lain melalui suatu bentuk kerja sama. Namun demikian, pemilik modal juga memiliki kewajiban untuk menanggung risiko kerugian yang mungkin timbul sebagai konsekuensi dari aktivitas ekonomi yang dijalankan bersama. Dalam perspektif ekonomi Islam, peran dan posisi strategis modal dalam kehidupan manusia

[61] Bustami, "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Perspektif Ekonomi Islam)," *repositorystieipwija*, 2015, 1–193.

ditegaskan melalui firman Allah SWT dalam Q.S. Ali Imran ayat 14 yang menjelaskan bahwa kecenderungan manusia terhadap harta kekayaan merupakan bagian dari fitrah manusia, namun penggunaannya harus diarahkan kepada tanggung jawab moral dan etika:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوٰتِ مِنَ النِّسَآءِ وَالْبَنِيْنَ وَالْقَنَاطِيْرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْاَنْعَامِ وَالْحَرْثِۗ ذٰلِكَ مَتَاعُ الْحَيٰوةِ الدُّنْيَاۚ وَاللّٰهُ عِنْدَهٗ حُسْنُ الْمَاٰبِ ﴿١٤﴾

Artinya:

"Dijadikan indah bagi manusia kecintaan pada aneka kesenangan yang berupa perempuan, anak-anak, harta benda yang bertimbun tak terhingga berupa emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allahlah tempat kembali yang baik. (Q.S Ali Imran ayat 14)."[62]

Ayat tersebut menggambarkan bahwa manusia secara naluriah menyukai kesenangan dunia seperti perempuan, keturunan, kekayaan berupa emas, perak, hewan ternak, serta lahan pertanian. Namun demikian, kesenangan duniawi ini bersifat sementara, sedangkan tempat kembali yang terbaik berada di sisi Allah SWT. Ayat ini memberikan pemahaman bahwa harta memiliki kedudukan penting dalam kehidupan manusia, setara dengan pentingnya ilmu. Oleh karena itu, Rasulullah SAW mendorong umatnya untuk berupaya secara sungguh-sungguh dalam memperoleh harta dan ilmu secara seimbang. Khalifah Umar bin Khattab juga menekankan pentingnya umat Islam untuk mengembangkan aset dan modal sebagai bentuk kontribusi terhadap kemajuan umat.

Menurut A. Musain Sulaiman, terdapat sejumlah ketentuan dalam hukum Islam terkait dengan pengelolaan modal, yang tidak dapat diterapkan secara utuh bagi pelaku usaha yang memperoleh sumber permodalan dari lembaga non-syariah seperti bank konvensional atau sistem arisan. Adapun ketentuan-ketentuan tersebut meliputi:[63]

a. Larangan Penimbunan Modal

   Islam secara tegas melarang praktik penumpukan harta, khususnya dalam bentuk uang. Penimbunan yang disertai dengan pemberian pinjaman berbunga dinilai merugikan sistem ekonomi, karena menghambat sirkulasi modal dan menurunkan kesejahteraan sosial masyarakat.

[62] "Al-Qur'an Dan Terjemah," NU Online, accessed January 31, 2025, https://quran.nu.or.id/aliimran/14.

[63] MA Muh. Ruslan Abdullah, S.EI. dan M.EI Fasiha Kamal, S.EI., *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2013.

b. Larangan Transaksi yang Mengandung Unsur Riba

Setiap bentuk peminjaman modal yang mengandung unsur bunga (riba) dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, memperoleh pembiayaan dari bank konvensional dengan skema bunga bertentangan dengan prinsip syariah dan hukumnya haram.

c. Kewajiban Mengeluarkan Zakat atas Modal

Islam memberikan solusi agar modal tidak terjebak dalam praktik penimbunan atau riba, yaitu dengan mewajibkan zakat, infak, dan sedekah bagi harta yang telah mencapai nisab. Distribusi kekayaan melalui instrumen-instrumen tersebut bertujuan untuk memperkuat solidaritas sosial dan mendorong keadilan ekonomi.

d. Larangan Pemborosan dalam Penggunaan Modal

Islam mengajarkan prinsip keseimbangan dalam penggunaan kekayaan. Pengeluaran yang bersifat konsumtif dan tidak produktif, seperti gaya hidup mewah yang berlebihan, dipandang bertentangan dengan prinsip kemakmuran sejati. Al-Qur'an mengingatkan umat agar menjauhi sifat boros demi menciptakan keberlanjutan ekonomi.

e. Keadilan dalam Pemberian Upah Pekerja

Sistem upah dalam Islam harus dilandasi oleh asas keadilan dan perlindungan hak baik bagi pekerja maupun pemberi kerja. Pekerja berhak memperoleh imbalan yang layak sesuai dengan kontribusinya, sedangkan pengusaha dilarang bertindak sewenang-wenang dengan mengabaikan hak-hak pekerja.

Dalam pandangan Abu Saud, memiliki kekayaan dalam jumlah besar diperbolehkan selama tidak digunakan untuk menindas atau mengeksploitasi pihak lain. Oleh karena itu, modal seharusnya dimanfaatkan secara produktif dan bagi mereka yang tidak memiliki kemampuan untuk menjalankan usaha secara langsung, Islam menyediakan berbagai alternatif bentuk kerja sama usaha seperti mudharabah dan musyarakah. Jika pelaku usaha tidak siap menanggung risiko, Islam menganjurkan qard al-hasan yaitu pinjaman tanpa bunga yang ditujukan untuk kebaikan bersama. Di samping itu, pengeluaran sosial melalui zakat, infak, dan sedekah dipandang sebagai mekanisme distribusi yang adil dan berfungsi untuk menghindari konsentrasi kekayaan pada kelompok tertentu, serta mencegah terjadinya penimbunan dan praktik ekonomi yang bersifat eksploitatif.

C. Pedagang

1. Definisi Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pedagang diartikan sebagai individu atau pihak yang melakukan kegiatan jual beli barang maupun jasa dengan tujuan

mendapatkan keuntungan. Eko Sujatmiko menyatakan pedagang merupakan individu yang menjalankan aktivitas perdagangan dengan menjual barang yang bukan hasil produksinya sendiri demi mendapatkan laba.[64] Dari pengertian tersebut, disimpulkan bahwa pedagang merupakan individu yang bergerak dalam aktivitas jual beli untuk mencari keuntungan. Dalam sistem perekonomian, pedagang memiliki peranan penting sebagai perantara antara pihak produsen dan konsumen. Fungsi ini menjadikan pedagang sebagai bagian penting dalam distribusi barang dan jasa.

Secara umum, pedagang dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, termasuk pedagang grosir, pedagang eceran, dan pedagang online, masing-masing dengan fungsinya yang spesifik dalam rantai distribusi. Pedagang grosir biasanya membeli produk dalam jumlah besar dari produsen lalu menjualnya kembali kepada pedagang eceran, sedangkan pedagang eceran menjual barang secara langsung kepada konsumen akhir. Dalam era digital saat ini, pedagang online semakin mendominasi pasar, menawarkan kemudahan akses bagi konsumen melalui platform *e-commerce*.[65] Masing-masing kategori pedagang memiliki fungsi tersendiri dalam menjaga kelancaran barang dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen.

Peran pedagang dalam perekonomian dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Pertama, pedagang membantu dalam menciptakan efisiensi dalam sistem distribusi. Mereka membeli barang dari produsen dan mendistribusikannya ke berbagai tempat, sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan. Tanpa keberadaan pedagang, proses distribusi barang akan menjadi lebih rumit dan tidak efisien, yang dapat mengakibatkan barang tidak terdistribusi secara efektif kepada konsumen. Selain itu, pedagang juga memainkan peran dalam menentukan harga barang. Melalui mekanisme tawar-menawar, mereka dapat menetapkan harga yang wajar berdasarkan permintaan dan penawaran di pasar. Proses ini membantu menjaga stabilitas harga dan memberikan informasi penting kepada produsen mengenai kondisi pasar.[66]

Kedua, pedagang juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Dengan menyediakan lapangan kerja, mereka tidak hanya membantu mengurangi angka pengangguran, tetapi juga memperkuat kesejahteraan ekonomi masyarakat. Aktivitas

[64] Komari, "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam," *At-Tujjar* 08, no. 01 (2020): 2.

[65] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Pembangunan Ekonomi Melalui Perdagangan: Kebijakan dan Strategi," 2021.

[66] E. Nursyamsi, "Peran Pedagang dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal," *Ekonomi dan Kebijakan Publik* 8, no. 1 (2021): 15–28.

perdagangan yang meningkat dapat merangsang kemajuan ekonomi daerah, membuka peluang investasi baru, dan mendorong perkembangan sektor-sektor lain, seperti transportasi dan logistik. Dalam banyak kasus, keberadaan pedagang di suatu daerah dapat menarik investasi dan meningkatkan infrastruktur, yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.[67]

Pedagang juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha mereka. Persaingan yang semakin ketat, baik dari sesama pedagang maupun dari perusahaan besar, sering kali membuat mereka harus berinovasi dan beradaptasi. Misalnya, dengan semakin berkembangnya teknologi, banyak pedagang yang mulai memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Penggunaan media sosial dan aplikasi jual beli online menjadi strategi yang umum dilakukan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, perubahan selera dan preferensi konsumen yang cepat juga menuntut pedagang untuk terus beradaptasi agar tetap relevan di pasar.[68]

Di sisi lain, pedagang juga memiliki tanggung jawab sosial dalam komunitas mereka. Mereka diharapkan dapat memberikan produk yang berkualitas dan harga yang wajar kepada konsumen. Etika dalam berdagang sangat penting untuk membangun kepercayaan antara pedagang dan konsumen. Pedagang yang menerapkan prinsip-prinsip bisnis yang baik akan cenderung mendapatkan loyalitas dari pelanggan, yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan usaha mereka. Secara keseluruhan, pedagang memiliki peran yang krusial dalam perekonomian. Mereka tidak hanya sebagai penjual, tetapi juga sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, penyedia lapangan kerja, dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk itu, penting bagi kebijakan pemerintah dan masyarakat untuk mendukung keberadaan pedagang agar mereka dapat terus berkontribusi secara positif dalam pembangunan ekonomi lokal.[69]

2. Etika Bisnis Pedagang

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang secara harfiah berarti kebiasaan atau adat istiadat. Dalam konteks sosial, etika merujuk pada kebiasaan hidup yang baik secara individu maupun dalam masyarakat. Etika dapat dipahami sebagai disiplin ilmu filsafat yang secara khusus menelaah sistem moral serta seperangkat nilai dan aturan yang membimbing tindakan manusia agar selaras dengan prinsip-prinsip moralitas dan kebenaran

[67] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016).

[68] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Era Digital," 2020.

[69] S. Santoso, "Peran Pedagang Pasar dalam Perekonomian Lokal: Sebuah Tinjauan Ekonomi Mikro," *Ekonomi dan Bisnis* 21, no. 2 (2019): 34–45.

dalam kehidupan bermasyarakat. Bisnis adalah aktivitas atau usaha yang dilakukan untuk memproduksi, menjual, atau menyediakan barang dan jasa demi mendapatkan laba. Etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai moral dan prinsip etika dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis mengatur bagaimana pelaku bisnis baik individu, kelompok, maupun perusahaan yang melaksanakan aktivitas usahanya secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain. Etika bisnis bertujuan menciptakan hubungan bisnis yang harmonis, menjaga kepercayaan konsumen, serta memastikan kegiatan bisnis berjalan sesuai norma dan hukum yang berlaku.[70]

Etika bisnis pedagang merujuk pada prinsip dan nilai moral yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas perdagangan agar dilakukan secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Dalam konteks pedagang, terutama di pasar tradisional dan pedagang muslim, etika bisnis sangat ditekankan agar tidak merugikan konsumen dan menjaga kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Pedagang muslim idealnya menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah. Hal ini sejalan dengan keteladanan Nabi Muhammad SAW yang dikenal sebagai pedagang yang jujur, amanah, dan adil sehingga berhasil meraih kepercayaan serta kesuksesan dalam bidang perdagangan pada masanya.[71]

Pentingnya etika bisnis bagi pedagang karena etika bisnis berperan sebagai pedoman agar aktivitas perdagangan yang tidak semata-mata berfokus pada keuntungan, melainkan juga memperhatikan aspek moral dan sosial. Pelaksanaan etika bisnis yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan, menciptakan persaingan yang sehat, dan memberikan manfaat positif bagi masyarakat luas. Meski banyak pedagang sudah memahami dan menerapkan etika bisnis, masih ditemukan kasus pelanggaran seperti ketidakjujuran dalam takaran, penetapan harga tidak wajar, dan ketidakpatuhan terhadap janji, yang biasanya disebabkan oleh kurangnya pemahaman atau dorongan untuk meraih keuntungan lebih besar.[72] Penerapan etika bisnis oleh pedagang pasar dapat memperkuat

---

[70] Henny Hamdani Basri, Heliwasnimar Heliwasnimar, dan Ardimen Ardimen, "Etika dan Moral Dalam Ilmu Pengetahuan," *Indonesian Research Journal on Education* 4, no. 1 (2024): 343–51, https://doi.org/10.31004/irje.v4i1.494.

[71] Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2011): 127–56.

[72] Kenny Savitri, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspekti Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Pasar Pahing Karanglewas)," *repository uinsaizu* 4, no. 1 (2016): 15–18.

potensi usaha yang dimiliki, karena bagi umat Islam memilih produk dan jasa yang halal merupakan wujud ketaatan terhadap ajaran agama.[73]

Etika bisnis mengandung sejumlah prinsip fundamental yang berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis secara etis dan bertanggung jawab. Menurut Sonny Keraf, terdapat lima prinsip utama dalam menjalankan bisnis yang menjadi landasan moral dalam praktiknya, yaitu:

a. Prinsip Otonomi

   Kecakapan individu dalam menetapkan pilihan secara independen dengan dilandasi kesadaran akan kebenaran dan moralitas, serta kesiapan untuk menanggung akibat yang timbul dari keputusan yang diambil.

b. Prinsip Kejujuran

   Sikap jujur dalam menjalankan bisnis, termasuk memenuhi janji, memberikan informasi yang benar, dan menjaga kepercayaan semua pihak.

c. Prinsip Keadilan

   Menekankan perlakuan yang setara dan adil terhadap semua pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis, dengan menjunjung tinggi hak-hak dan kewajiban masing-masing berdasarkan aturan yang berlaku.

d. Prinsip Saling Menguntungkan

   Bisnis harus dijalankan agar semua pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan dan manfaat bersama.

e. Prinsip Integritas Moral

   Menjaga reputasi dan nama baik dengan berperilaku etis dan bertanggung jawab dalam setiap tindakan bisnis.[74]

3. Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam

a. Definisi Etika Bisnis Islam

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Nabi Muhammad SAW telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (hadist). Artinya, melalui jalan berdagang inilah pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah SWT terpancar daripadanya. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari cara manusia memenuhi kebutuhan hidupnya

[73] Ferry Khusnul Mubarok dan Muhammad Khoirul Imam, "Halal Industry in Indonesia; Challenges and Opportunities," *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no. 1 (2020): 55–64, https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5856.

[74] Surajiyo, "Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Perspektif Filosofis," *Seminar Nasional Indocompac*, 2017, 15–17.

dengan tujuan mencapai falah, yaitu kedamaian dan kesejahteraan di dunia serta akhirat. Perilaku manusia dalam hal ini didasarkan pada prinsip-prinsip syariah sebagai pedoman serta kecenderungan alami manusia (fitrah).

Ekonomi Islam memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT, sehingga seluruh kegiatan ekonomi harus sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika Islam. Oleh karena itu, persoalan ekonomi dalam Islam berkaitan dengan memastikan peredaran harta di antara manusia agar fungsi hidup sebagai hamba Allah dapat dijalankan secara optimal untuk meraih falah di dunia dan akhirat. Dengan demikian, kegiatan ekonomi dalam Islam bersifat kolektif, bukan hanya untuk kepentingan individu semata.

Etika bisnis dalam Islam merupakan serangkaian nilai dan prinsip moral yang mengatur perilaku pelaku bisnis berdasarkan ajaran Al-Qur'an, hadis, dan hukum fiqih. Etika ini tidak hanya mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam bisnis, tetapi juga menekankan pada tujuan bisnis yang tidak semata-mata mencari keuntungan materi, melainkan juga mencari keberkahan dan ridha Allah SWT. Dalam konteks ini, etika bisnis Islam membatasi cara memperoleh dan menggunakan harta agar sesuai dengan prinsip halal dan haram.

b. Landasan Filosofis Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam berakar pada prinsip tauhid (kesatuan Tuhan) yang menjadi landasan utama dalam menjalankan aktivitas bisnis. Semua aktivitas bisnis harus didasarkan pada keridhaan Allah SWT dan sesuai dengan syariah-Nya. Hal ini menjadikan bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga ibadah yang mengandung nilai spiritual dan moral.

c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Johan Arifin dan kajian-kajian terkait, prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam meliputi:

1) Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Menegaskan bahwa seluruh aktivitas bisnis harus berlandaskan pada keimanan dan ketaatan kepada Allah SWT, sehingga bisnis menjadi sarana ibadah dan bukan sekadar mencari keuntungan duniawi semata.

2) Prinsip Keadilan

Menuntut perlakuan yang adil dalam semua aspek bisnis, baik terhadap konsumen, mitra bisnis, maupun masyarakat luas. Keadilan ini harus objektif, rasional, dan dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan hukum Islam.

3) Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah fondasi utama dalam transaksi bisnis Islam. Pelaku bisnis harus jujur dalam menjelaskan produk, harga, dan kondisi transaksi tanpa manipulasi atau penipuan.

4) Prinsip Amanah (Kepercayaan)

Bisnis harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan kepercayaan, menjaga hak-hak semua pihak yang terlibat dan tidak melakukan kecurangan atau eksploitasi.

5) Prinsip Larangan Gharar, Maisir, dan Riba

Bisnis harus bebas dari ketidakjelasan (gharar), spekulasi berlebihan (maysir), dan bunga (riba), yang dilarang dalam Islam karena dapat merugikan pihak lain dan menimbulkan ketidakadilan.

d. Tujuan Etika Bisnis Islam

Tujuan utama etika bisnis Islam adalah menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan manfaat sosial, menjaga keseimbangan masyarakat, dan menjamin keadilan serta keberkahan dalam kehidupan ekonomi. Dengan demikian, bisnis menjadi sarana untuk mencapai kemaslahatan umat dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan

e. Relevansi Etika Bisnis Islam dalam Konteks Modern

Dalam era modern, praktik bisnis sering kali mengabaikan aspek etika demi keuntungan semata. Johan Arifin menekankan pentingnya mengembalikan nilai-nilai etika Islam dalam dunia bisnis sebagai solusi atas berbagai masalah seperti korupsi, ketidakadilan, dan eksploitasi yang marak terjadi. Penerapan etika bisnis Islam diharapkan mampu membentuk perilaku bisnis yang profesional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.[75]

D. Pasar Tradisional

1. Definisi Pasar

Pasar diartikan sebagai suatu lokasi fisik tempat berlangsungnya pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang maupun jasa. Dilokasi tersebut, terjadi proses pertukaran secara langsung antara pihak yang menawarkan barang atau jasa dan pihak yang memberikan imbalan berupa uang untuk memperoleh komoditas tersebut. Sementara itu, dalam pengertian yang lebih luas, pasar dipahami sebagai suatu

[75] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009).

sistem atau mekanisme yang memfasilitasi terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli dalam rangka melakukan aktivitas ekonomi.

Konsep pasar dalam hal ini mencakup berbagai bentuk, baik konvensional fisik) maupun modern (digital) yang memungkinkan terjadinya transaksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Melalui sistem pasar, proses pembentukan harga dan alokasi sumber daya berlangsung secara dinamis, dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, pasar mengalami transformasi yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan fleksibilitas dan aksesibilitas sehingga memperluas jangkauan partisipasi pelaku ekonomi secara global.[76]

Ditinjau dari dimensi sosial dan kultural, pasar tidak sekedar dipahami sebagai ruang ekonomi saja melainkan mengandung dimensi filosofis yang lebih mendalam. Pasar berfungsi sebagai ruang pertemuan sosial antar warga, di mana aktivitas yang berlangsung tidak hanya terbatas pada transaksi jual beli, tetapi juga mencakup interaksi sosial, komunikasi informal, serta diskusi mengenai berbagai isu, termasuk persoalan yang berkaitan dengan kehidupan. Dengan demikian, pasar berperan sebagai ruang publik yang strategis dalam memperkuat jejaring sosial, membangun solidaritas, dan mempererat hubungan antarkomunitas. Dari segi fisik, pasar dapat dimaknai sebagai tempat berkumpulnya para pedagang baik yang menetap maupun tidak menetap untuk menjajakan barang dan jasa. Lokasi pasar dapat bervariasi, mulai dari ruang tertutup, ruang terbuka, semi-terbuka, hingga ruang nonformal seperti trotoar atau bahu jalan.[77]

2. Pengertian Pasar Tradisional

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar diartikan sebagai suatu tempat kegiatan jual beli yang dibangun dan dikelola oleh berbagi entitas, seperti pemerintahan, pihak swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), maupun Badan Usaha Milik Daerah BUMD), serta dapat melibatkan kerja sama dengan pelaku usaha kecil, menengah, koperasi, dan masyarakat secara swadaya. Dalam konteks tersebut, pedagang tradisional dapat dikategorikan ke dalam pasar industri *(industrial market)* dan pasar pengecer *(reseller market)*.

[76] Nikmatul Maskuroh, "Peran pasar tradisional dalam peningkatan perekonomian masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)," *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*, 2019, 1–85.

[77] Lalu Setiawan, "Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha Masyarakat (Studi Kasus Di Pasar Cemara Keluarga Kelurahan Monjok Timur Kecamatan Selaparang Kota Mataram)," *ethesesuinmataram*, 2020, 1–108.

Pedagang yang menjual barang hasil produksi massal seperti peralatan rumah tangga (pecah belah) alas kaki, rempah-rempah, mainan anak, kain, dan sejenisnya merupakan reprentasi dari pasar pengecer. Sementara itu, pedagang yang menjajakan produk kuliner tradisional seperti soto, bakso, mie ayam, bubur kacang hijau, serta makanan khas daerah seperti dawet ireng, geblek, kue lompong, getuk, gatot, tiwul, dan lain-lain mencerminkan aktivitas dalam pasar industri berbasis tradisi.[78]

Keberadaan pasar tradisional saat ini menghadapi tantangan serius akibat pesatnya perkembangan pasar modern seperti supermarket, department store, dan mal yang semakin diminati oleh masyarakat. Meskipun demikian, pasar tradisional masih mampu mempertahankan eksistensinya dengan menawarkan keunikan tersendiri. Suasana yang khas, tata ruang yang terbuka dan sederhana, serta sistem transaksi yang tidak terlalu bergantung pada strategi pemasaran modern menjadikan pasar tradisional tetap relevan. Kesadaran serta kejujuran yang melekat pada pelaku usahanya menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan bernilai sosial tinggi. Oleh karena itu, meskipun berada di tengah dominasi pasar modern, pasar tradisional tetap memegang peran signifikan dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat lokal karena kemampuannya menjaga nilai budaya serta memperkuat interaksi sosial di lingkungan sekitarnya.

3. Karakteristik Pasar Tradisional

Salah satu karakteristik utama pedagang di pasar tradisional adalah kedekatan mereka dengan komunitas lokal. Banyak pedagang merupakan penduduk asli daerah tempat pasar berada, sehingga mereka memahami dengan baik kebutuhan dan preferensi masyarakat. Hal ini memungkinkan mereka untuk menawarkan produk yang sesuai dengan selera lokal.[79] Selain itu, pedagang di pasar tradisional sering kali menjalin hubungan yang akrab dengan pelanggan, sehingga interaksi sosial dapat terjadi di luar sekedar transaksi jual beli. Proses negosiasi harga yang lazim terjadi dalam lingkungan pasar tradisional juga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan personal dibandingkan dengan belanja di supermarket.

Karakteristik lain yang menonjol adalah fleksibilitas. Pedagang di pasar tradisional biasanya tidak terikat oleh jam buka yang ketat dan dapat beroperasi dengan jam yang lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mereka juga cenderung lebih responsif

[78] Hadi, "Preferensi Pedagang Paar Tradisional Dalam Memilih Jasa Modal Usaha Pada Lembaga Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19."

[79] Tri Suharti, "Peran Pedagang di Pasar Tradisional dalam Membangun Ekonomi Lokal," *Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 2 (2018): 121–34.

terhadap perubahan permintaan dan dapat menyesuaikan jenis barang yang mereka tawarkan berdasarkan tren atau musim. Hal ini menciptakan dinamika yang unik di pasar, di mana barang yang dijual dapat bervariasi setiap harinya. Di pasar tradisional, kita dapat mengidentifikasi beberapa jenis pedagang berdasarkan jenis barang yang mereka jual. Berikut adalah beberapa kategori umum:[80]

a. Pedagang Makanan Segar

Jenis ini termasuk pedagang sayuran, buah-buahan, daging, dan ikan. Mereka menyediakan bahan makanan segar yang biasanya diperoleh langsung dari petani atau nelayan lokal. Pedagang makanan segar sangat penting untuk memastikan ketersediaan bahan pangan di komunitas dan biasanya menawarkan produk yang berkualitas tinggi.

b. Pedagang Pangan Olahan

Pedagang ini menjual produk makanan yang telah diolah, seperti makanan ringan, kue, dan masakan siap saji. Mereka sering kali menawarkan makanan khas daerah yang mencerminkan budaya lokal. Makanan olahan ini menjadi pilihan populer bagi konsumen yang ingin menikmati cita rasa lokal tanpa harus memasak sendiri.

c. Pedagang Barang Non-Pangan

Ini termasuk pedagang yang menjual pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga, dan barang-barang kerajinan tangan. Pedagang barang non-pangan sering kali menawarkan produk-produk unik yang sulit ditemukan di tempat lain. Mereka juga berperan dalam mendukung industri kreatif lokal dengan menjual barang-barang buatan tangan.

d. Pedagang Grosir

Pedagang grosir umumnya berperan sebagai pemasok utama yang mendistribusikan produk dalam skala besar kepada pedagang eceran atau pemilik usaha kecil. Mereka berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan pedagang eceran, serta membantu mendistribusikan barang ke berbagai pasar.

e. Pedagang Jasa

Beberapa pedagang di pasar tradisional juga menawarkan jasa, seperti reparasi barang, potong rambut, atau layanan kesehatan tradisional. Mereka memperkaya fungsi pasar tradisional sebagai pusat komunitas, yang tidak semata-mata berperan sebagai

[80] Muhammad Anwar, "Karakteristik dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia," *Sosiologi* 9, no. 1 (2019): 55–72.

lokasi transaksi jual beli, melainkan juga sebagai sarana untuk mengakses berbagai layanan.

Berdasarkan uraian karakteristik sebelumnya, pasar tradisional tidak semata-mata berfungsi sebagai ruang transaksi antara penjual dan pembeli, melainkan juga memainkan peran penting sebagai wadah interaksi sosial, representasi keberagaman budaya, serta penggerak ekonomi lokal.

4. Peran Pasar Tradisional

Dalam konteks kehidupan sehari-hari, pasar memiliki peranan strategis dalam mendukung aktivitas perekonomian melalui berbagai fungsi utama. Adapun fungsi-fungsi pasar tradisional dapat diuraikan sebagai berikut:[81]

a. Fungsi Pembentukan Harga

Pasar tardisonal berperan sebagai mekanisme pembentukan harga (nilai) melalui proses interaksi antara penjual dan pembeli. Dalam interaksi ini, terjadi proses tawar-menawar yang akhirnya menghasilkan kesepakatan harga. Harga yang terbentuk mencerminkan nilai barang atau jasa yang ditentukan oleh dinamika penawaran dan permintaan di pasar.

b. Pendistribusian

Pasar tradisional memfasilitasi proses distribusi barang dari produsen atau pedagang langsung kepada konsumen secara lebih efisien. Fungsi ini sangat vital dalam menjaga kelancaran arus barang dan memastikan bahwa kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara tepat waktu dan merata.

c. Fungsi Promosi

Pasar juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif bagi produsen atau pelaku usaha untuk mengenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Melalui interaksi lagsung ini, pelaku usaha dapat memperoleh umpan balik dari konsumen, meningkatkan daya saing produk, serta memperluas jangkauan pasar secara organik.

5. Akses Permodalan Pasar Tradisional

Jumlah pedagang yang cukup banyak di pasar tradisional menunjukkan adanya kebutuhan yang beragam dalam hal sumber permodalan guna memulai dan menjalankan usaha mereka, khususnya untuk memastikan ketersediaan barang dagangan.berdasarkan asal usulnya, sumber permodalan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu:[82]

---

[81] Akhlina Tijani Prabawa, "Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja Terhadap Bank Syariah Dalam Memperoleh Sumber Permodalan Untuk Usaha."

[82] Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: RajaGraindo Persada, 2014).

a. Modal Pribadi

Modal yang bersumber dari dana sendiri, baik berasal dari hasil tabungan maupun bentuk sumbangan yang digunakan sebagai modal awal usaha. Penggunaan modal pribadi bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap lembaga keuangan eksternal, sehingga pelaku usaha tidak memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana yang telah digunakan. Meskipun memiliki sejumlah keunggulan, modal pribadi juga memiliki beberapa keterbatasan. Adapun kelemahan dari modal pribadi meliputi:

1) Keterbatasan jumlah, artinya ketersediaan modal sangat bergantung pada kemampuan pemilik sehingga nilainya terbatas.
2) Sulitnya akses tembahan modal dari investor baru, karena calon investor cenderung mempertimbangkan kinerja dan prospek usaha secara menyeluruh sebelum menanamkan modal.
3) Rendahnya motivasi dalam pengelolaan usaha, sebab penggunaan dana pribadi sering kali tidak disertai dengan dorongan atau tekanan eksternal sebagaimana pada modal pinjaman.

Selain adanya kekurangan pada modal pribadi, ada juga keunggulan menggunakan modal pribadi diantaranya:

1) Bebas dari biaya tambahan, seperti bunga atau biaya administrasi yang umumnya dikenakan oleh lembaga keuangan.
2) Kemandirian Finansial, karena tidak tergantung pada pihak ketiga dalam memperoleh dana.
3) Proses penggunaan yang fleksibel, tanpa persyaratan administratif yang rumit dan tanpa perlu waktu pengajuan yang lama.
4) Tidak adanya kewajiban pengembalian, yang berarti modal tetap berada dalam usaha tanpa tekanan dari pihak eksternal.

b. Modal Asing

Modal asing atau pinjaman merupakan bentuk permodalan eksternal yang diperoleh dari pihak di luar entitas usaha yang bersifat hutang dan wajib dikembalikan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Pemanfaatan modal asing membawa implikasi finansial berupa kewajiban pembayaran kembali beserta biaya tambahan yang menyertainya, sehingga penggunaanya memerlukan pertimbangan yang cermat, terutama dalam pengelolaan arus kas dan mitigasi risiko keuangan.

Meskipun kewajiban untuk mengembalikan pinjaman dapat mendorong motivasi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja bisnisnya, hal tersebut harus diimbangi dengan

penerapan strategi pengelolaan keuangan yang efektif agar keberlangsungan usaha tetap terjaga. Secara umum, terdapat tiga kategori utama sumber permodalan asing atau pinjaman yakni:[83]

1) Pinjaman dari Sektor Perbankan, yang mencakup institusi perbankan konvensional, perbankan syariah, bank milik pemerintah, serta bank asing.
2) Pinjaman dari Lembaga Keuangan Non-Bank, seperti koperasi, perusahaan pembiayaan (leasing), pegadaian, modal ventura, dana pensiun dan institusi keuangan lainya.
3) Pinjaman dari Perusahaan Non-Keuangan, yaitu perusahaan yang tidak bergerak di sektor keuangan namun menyediakan pembiayaan atau investasi kepada entitas usaha lain.

Meskipun sumber permodalan pinjaman memebrikan akses tambahan terhadap likuiditas usaha, terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1) Dikenakan berbagai kewajiban pembiayaan, seperti bunga pinjaman, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, materai serta premi asuransi.
2) Kewajiban pengembalian dalam jangka waktu tertentu, yang berpotensi menambah tekanan finansial pada usaha.
3) Beban moral, konsekuensi etis yang muncul ketika perusahaan mengalami kesulitan finansial yang menyebabkan ketidakmampuan dalam memenuhi kewajiban hutang.

Pelaku usaha seharusnya bersikap bijak dalam mengambil keputusan terkait pinjaman, serta mempertimbangkan risiko dan potensi beban moral yang dapat timbul di masa depan. Namun demikian, pinjaman modal uga memebrikan seumlah keuntungan antara lain:

1) Fleksibilitas dengan jumlah, artinya pelaku usaha memiliki peluang untuk memperoleh pendanaan dalam jumlah besar dari berbagai sumber pinjaman.
2) Tingkat motivasi tinggi, karena adanya tanggung jawab pengembalian pinjaman dapat mendorong pemilik usaha untuk lebih berfokus dalam mengembangkan bisnisnya secara optimal.

Dengan mempertimbangkan berbagai alternatif sumber permodalan yang tersedia, pedagang di pasar tradisional perlu memiliki kemampuan analitis dalam mengevaluasi manfaat dan risiko dari masing-masing jenis pendanaan. Kombinasi yang tepat antara berbagai sumber permodalan yang mendukung tercapainya stabilitas

[83] Kasmir. *Kewirausahaan* (Jakarta: RajaGraindo Persada, 2014) h. 97.

keuangan dan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Pemahaman yang menyeluruh terhadap karakteristik tiap sumber permodalan akan membantu pedagang dalam menghadapi tantangan usaha serta meningkatkan peluang keberhasilan bisnis di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah.

BAB III
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Pasar Baledono Purworejo

Pasar Baledono Purworejo merupakan salah satu pusat ekonomi penting di Purworejo dan saat ini tampil megah seperti pasar modern. Namun, banyak orang yang tidak mengetahui sejarah pendiriannya yang dimulai pada tahun 1850-an saat kepala desa Baledono bernama Soma Taruna memutuskan untuk membangun pasar seluas 13.600 m². Tujuan dari pembangunan pasar ini adalah untuk mendukung kegiatan desa dengan menggunakan dana yang diperoleh untuk operasional desa, termasuk gaji perangkat desa, karena saat itu desa belum memiliki tanah bengkok. Awalnya, tanah untuk pasar dibeli dengan cara urunan oleh perangkat desa dan terletak di pinggir jalan yang kini dikenal sebagai Jalan A Yani.

Pasar ini berkembang dan semakin luas. Pada tahun 1915-1920, pemerintah kabupaten Purworejo mulai tertarik untuk mengambil alih pengelolaan Pasar Baledono Purworejo agar pemerintah desa bisa fokus pada tugas lainnya. Meskipun ada penolakan dari warga karena pasar ini merupakan inisiatif masyarakat, akhirnya disepakati dimana pengelolaan pasar diserahkan kepada pemerintah kabupaten dengan ketentuan desa mendapatkan 30% dari pendapatan pasar, sementara 70% menjadi hak pemerintah kabupaten. Kesepakatan ini juga mengatur bahwa nama pasar tetap "Pasar Baledono" dan tidak diganti.

Dalam praktiknya, pembagian hasil ini sering terlambat dan tidak sesuai harapan. Pada masa pemerintahan Kades Iskak (1920-1943), pembagian hasil terhenti karena kondisi sulit selama masa pendudukan Jepang. Setelah beberapa perdebatan, akhirnya ditetapkan bahwa desa akan mendapatkan 3% dari kas pasar setelah tahun 1950. Ketika status Pasar Baledono Purworejo berubah menjadi kelurahan pada tahun 1980, semua tanah bengkok desa diambil alih oleh pemerintah daerah dan perangkat desa menjadi pegawai negeri sipil. Mbah Saridjan, yang menjabat sebagai kepala desa pada saat itu, berjuang untuk hak-hak desa meskipun harus menghadapi berbagai tantangan administrasi.[84]

Perjalanan Pasar Baledono Purworejo tidak selalu mulus. Setelah mengalami beberapa perubahan dalam pengelolaan dan pembagian hasil antara pemerintah desa dan

[84] Vita Ery, "Sejarah Pasar Baledono," 16 Januari, 2010, https://purworejotempoedoloe.blogspot.com/2010/01/sejarah-pasar-baledono.html., diakses pada 19 Mei 2025.

kabupaten, Pasar Baledono Purworejo kemudian menghadapi tantangan besar ketika terjadi kebakaran yang menghancurkan sebagian besar bangunannya sekitar sebelas tahun lalu. Kebakaran tersebut mengakibatkan pedagang kehilangan tempat berjualan, kehilangan modal karena barang dagangan habis terbakar tanpa tersisa, dan harus beradaptasi dengan kondisi darurat. Meskipun pasar telah dibangun kembali dengan anggaran yang signifikan, tantangan baru muncul yaitu dalam hal menarik kembali pengunjung dan meningkatkan omzet pedagang. Saat ini, meskipun bangunan fisik pasar terlihat megah, perhatian lebih perlu diberikan untuk menciptakan suasana yang nyaman bagi pedagang dan pengunjung agar Pasar Baledono Purworejo dapat kembali menjadi ikon ekonomi di Purworejo.

2. Lokasi Geografis Pasar Baledono Purworejo

Pasar Baledono Purworejo terletak di Kelurahan Baledono, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah, Indonesia. Titik koordinat Pasar Baledono Purworejo berada pada posisi sekitar 7° 32' hingga 7° 54' Lintang Selatan dan 109° 47' hingga 110° 8' Bujur Timur, yang merupakan rentang geografis Kabupaten Purworejo secara keseluruhan. Lokasi ini sangat strategis dan dapat dengan mudah dijangkau oleh masarakat dari berbagai sudut kota.

Pasar Baledono Purworejo terletak di kawasan pusat ekonomi terbesar di Kabupaten Purworejo, menjadikannya mudah diakses oleh masyarakat. Lokasi pasar ini juga dekat dengan jalan-jalan utama yang menghubungkan berbagai daerah di sekitarnya. Pasar Baledono tidak hanya berfungsi sebagai tempat perdagangan, tetapi juga sebagai pusat aktivitas ekonomi yang penting bagi penduduk setempat. Adapun batasan-batasan dari wilayah Pasar Baledono Purworejo adalah sebagai berikut:[85]

a. Timur: Berbatasan dengan Sungai Bogowonto.
b. Barat: Berbatasan dengan Kelurahan Purworejo dan Desa Trirejo (Kecamatan Loano).
c. Utara: Berbatasan dengan Kelurahan Keseneng.
d. Selatan: Berbatasan dengan Kelurahan Pangen.

3. Visi dan Misi Pasar Baledono Purworejo

a. Visi Pasar Baledono Purworejo

"Menjadi pusat perdagangan tradisional yang bersih, tertib, dan nyaman, serta mampu mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat Purworejo secara berkelanjutan."

[85] Wikipedia.

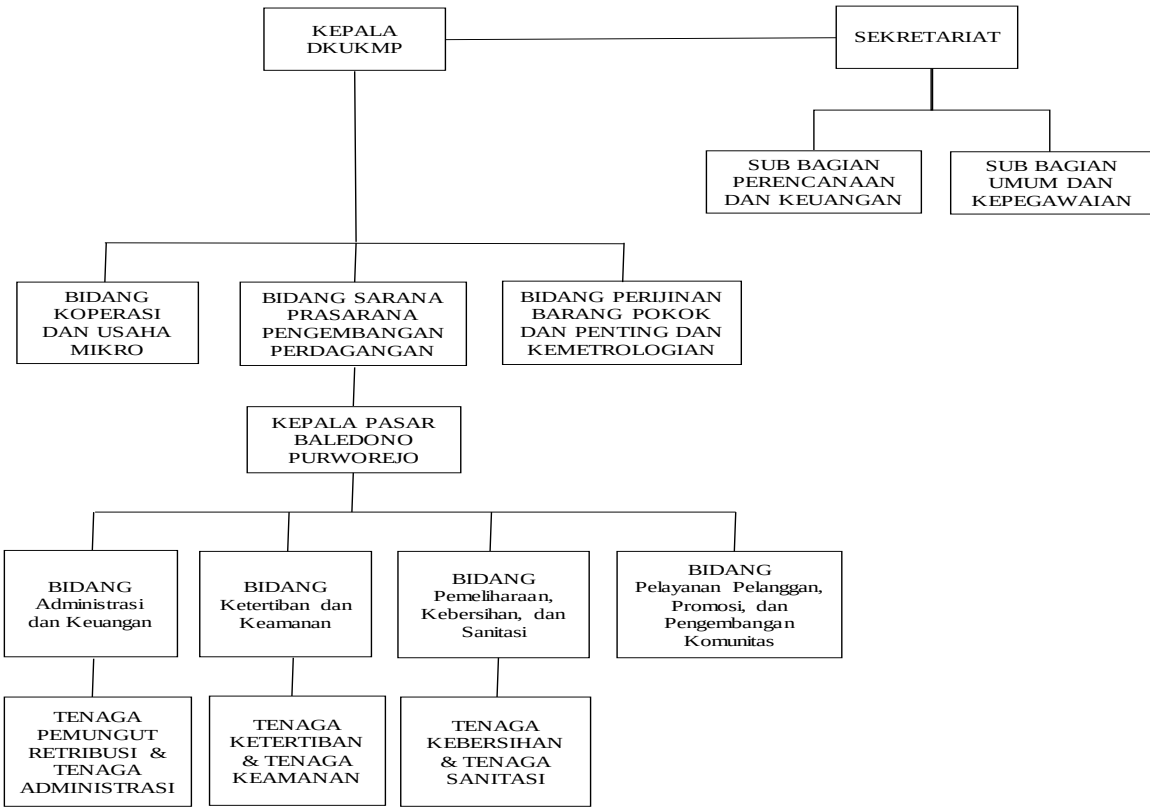
b. Misi Pasar Baledono Purworejo

1) Menyediakan fasilitas pasar yang memadai dan terawat untuk mendukung aktivitas pedagang dan pembeli.
2) Meningkatkan pelayanan kepada pedagang dan pengunjung pasar agar tercipta suasana yang nyaman dan aman.
3) Mengoptimalkan pengelolaan pasar melalui sinergi antara pemerintah, pengelola pasar, dan masyarakat.
4) Mendorong peningkatan kualitas produk dan daya saing pedagang lokal.
5) Melestarikan fungsi pasar tradisional sebagai pusat aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat.

4. Struktur Organisasi Pasar Baledono Purworejo

Struktur organisasi Pasar Baledono Purworejo berada di bawah pengelolaan Dinas Pasar Baledono yang merupakan unit kerja di bawah Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Purworejo. Berikut adalah susunan struktur organisasi yang ada di Pasar Baledono Purworejo, yaitu:

Gambar 3. 1
Struktur Organisasi Pasar Baledono Purworejo

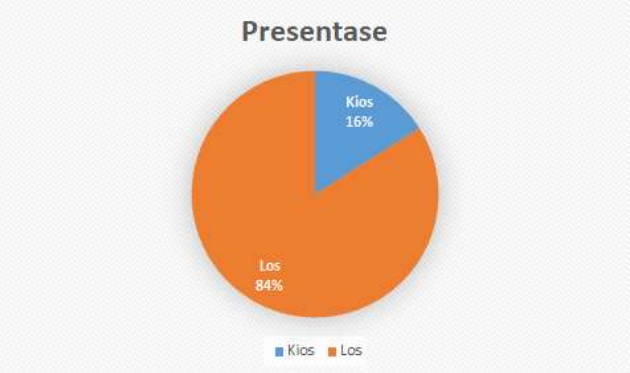


Sumber: Kantor Pasar Baledono Purworejo, 2024

5. Data Pedagang Pasar Baledono Purworejo

Jumlah pedagang di Pasar Baledono Purworejo sebanyak 1.648 pedagang. Berdasarkan tempat jualannya, diklasifikan menjadi 2 kelompok yaitu pedagang yang menggunakan kios dan pedagang yang menggunakan los. Sebanyak 84% dari total keseluruhan atau setara dengan 1.389 pedagang berjualan di los, sedangkan 16% atau setara dengan 259 pedagang menggunakan kios[86] pembagian tersebut dapat dilihat pada gambar diagram 3.2 dibawah ini:

Gambar 3. 2
Data Pedagang Pasar Baledono Purworejo



Sumber hasil observasi data diolah Mei 2025

6. Kondisi Sosial dan Ekonomi Kabupaten Purworejo

Purworejo merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki sejarah panjang dan karakteristik menarik. Nama Purworejo mulai digunakan pada abad ke-19, tepatnya sejak 27 Februari 1831, ketika wilayah ini resmi menjadi kadipaten dengan Raden Adipati Cokronegoro sebagai bupati pertama. Sebelumnya, wilayah ini dikenal sebagai Bagelen, yang memiliki peran penting dalam sejarah Mataram Islam dan Perang Diponegoro.[87]

Saat ini, kabupaten Purworejo berfungsi sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian daerah,. Secara geografis, Purworejo terletak di dataran aluvium yang dikelilingi oleh pegunungan, memberikan pemandangan alam yang indah dan potensi pertanian yang subur. Luas wilayah Kabupaten Purworejo 1.081,45 km2 dan populasi sekitar 788.265 jiwa pada tahun 2024. kabupaten Purworejo memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi, yaitu sekitar 1.621 jiwa per km². Kabupaten Purworejo berbatasan dengan

[86] DINKUKMP Purworejo, "Data Pedagang Pasar Baledono 2024."

[87] Muthia Alya Rahmawati, "Sejarah Kabupaten Purworejo, Jadi Ibu Kota Jawa Tengah Sebelum Semarang," 6 Desember, 2023, https://www.detik.com/jateng/budaya/d-7075147/sejarah-kabupaten-purworejo-jadi-ibu-kota-jawa-tengah-sebelum-semarang.

Kabupaten Wonosobo dan Magelang di utara, Kulon Progo (DIY) di timur, Kebumen di barat, serta Samudra Hindia di selatan.[88]

Kabupaten Purworejo dikenal kaya akan budaya dan tradisi lokal seperti tradisi Jolenan, Sapar Ribuan Ingkung, Festival Bogowonto, sedekah laut, Tari Dolalak, dan Wayang Kulit Gagrak Kaligesingan. Produk budaya dan cagar budaya dari masa Kerajaan Mataram Hindu hingga kolonial Belanda masih terjaga dan menjadi kekuatan daerah.[89] Alun-alun Purworejo merupakan salah satu alun-alun terluas di Pulau Jawa, dengan luas sekitar 6 hektare (62.500 m²). Alun-alun ini dibangun pada tahun 1830 dan kini menjadi pusat aktivitas sosial dan budaya masyarakat. Selain itu, ada berbagai bangunan bersejarah yang mencerminkan arsitektur kolonial Belanda, seperti Masjid Jami' Purworejo yang dibangun pada tahun 1834 dikenal memiliki beduk raksasa dan Gereja Protestan Indonesia Bagian Barat (GPIB) Purworejo didirikan pada 12 November 1879 dengan arsitektur Eropa bergaya neogotik dan telah ditetapkan sebagai cagar budaya. Keberadaan bangunan-bangunan tersebut menambah nilai sejarah dan estetika kota.[90]

Ekonomi Kabupaten Purworejo didominasi oleh sektor pertanian, tetapi juga berkembang dalam bidang pariwisata, industri, dan perdagangan. Sektor pertanian memang menjadi sektor utama di Kabupaten Purworejo dengan komoditas utama seperti padi, jagung, ubi kayu, dan palawija lainnya. Tanah yang subur di wilayah ini mendukung berbagai jenis tanaman pangan dan hortikultura. Purworejo juga dikenal sebagai sentra penghasil rempah-rempah dan berbagai hasil pertanian lainnya. Sektor pertanian juga merupakan penyerap tenaga kerja terbesar di Kabupaten Purworejo dan menjadi penggerak utama perekonomian daerah dengan berbagai program unggulan seperti Tani Rejo Joyo dan Purworejo Tuwuh Ngundhuh yang mendukung modernisasi dan optimalisasi sektor pertanian.[91]

Selain itu, pemerintah daerah aktif mendorong pengembangan pariwisata dengan mempromosikan potensi alam dan budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja baru. Pembangunan infrastruktur juga menjadi fokus utama dalam pengembangan Kabupaten Purworejo. Pemerintah daerah berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan kualitas

---

[88] Pemkab Purworejo, "Geografi," t.t., https://www.purworejokab.go.id/web/geografi.html.

[89] Admin, "Budaya dan Sejarah Jadi Kekuatan Besar Kabupaten Purworejo," 26 Desember, 2023, https://dprd-purworejokab.go.id/budaya-dan-sejarah-jadi-kekuatan-besar-kabupaten-purworejo/.

[90] Gerin Rio Pranata, "Beduk Raksasa di Masjid Agung Purworejo Nyaris Berusia 2 Abad," 3 Mei, 2021, https://www.tempo.co/ramadhan/beduk-raksasa-di-masjid-agung-purworejo-nyaris-berusia-2-abad-516393.

[91] Rinto Heksantoro, "Punya Potensi Terbesar Pertanian, Purworejo Jadi Lumbung Pangan di Jateng," 12 Desember, 2023, https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-7085259/punya-potensi-terbesar-pertanian-purworejo-jadi-lumbung-pangan-di-jateng.

layanan publik agar dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya proyek revitalisasi pasar tradisional dan pembangunan fasilitas umum lainnya, diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan aktivitas ekonomi di daerah tersebut.[92]

Masyarakat Purworejo dikenal sangat menjunjung tinggi nilai-nilai budaya dan tradisi lokal. Berbagai festival budaya sering diselenggarakan untuk melestarikan warisan budaya serta memperkuat rasa kebersamaan di antara warga. Kegiatan-kegiatan seperti pertunjukan seni tradisional, pasar malam, dan festival kuliner menjadi sarana untuk mengenalkan kekayaan budaya Kabupaten Purworejo kepada masyarakat luas. Secara keseluruhan, Kabupaten Purworejo merupakan wilayah yang kaya akan potensi alam, budaya, dan ekonomi. Dengan dukungan dari pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat, diharapkan Kabupaten Purworejo dapat terus berkembang menuju kesejahteraan yang lebih baik bagi seluruh warganya. Visi untuk menciptakan Kabupaten Purworejo yang sejahtera berbasis pertanian, pariwisata, industri, dan perdagangan akan menjadi landasan bagi pembangunan berkelanjutan di masa depan.

B. Gambaran Umum Sumber Permodalan Pedagang Pasar Baledono Purworejo

Pasar Baledono Purworejo merupakan salah satu pasar tradisional yang pengelolaannya di bawah Dinas Pasar Baledono yang merupakan unit kerja dari Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan, dan Pariwisata Kabupaten Purworejo. Pasar Baledono Purworejo tidak hanya menjadi tempat jual beli, tetapi juga berperan sebagai pusat kegiatan ekonomi utama bagi masyarakat sekitar. Di Pasar Baledono Purworejo terdapat dua kategori pedagang, yakni pedagang yang menggunakan kios dan pedagang yang berjualan di los. Kegiatan perdagangan berlangsung mulai pukul 06.00 WIB hingga 17.00 WIB.[93]

Lokasi Pasar Baledono Purworejo yang strategis di pusat kota seharusnya memudahkan para pedagang dalam mencari sumber permodalan, karena di sekitar pasar terdapat banyak lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank yang menawarkan berbagai produk permodalan. Para pedagang memiliki beragam preferensi dalam menggunakan sumber permodalan, baik dari lembaga keuangan bank maupun non-bank, baik yang berbasis syariah maupun konvensional, dan dalam memilih sumber permodalan para pedagang mempertimbangkan beberapa faktor.

Para pedagang Pasar Baledono Purworejo yang kesulitan memperoleh modal dari lembaga keuangan biasanya lebih memilih pinjaman dari BRI KUR karena persyaratannya

[92] Admin, "Potensi Pertanian Kabupaten Purworejo: Peluang dan Tantangan," 24 Juli, 2024, https://dprd-purworejokab.go.id/potensi-pertanian-kabupaten-purworejo-peluang-dan-tantangan/.

[93] DINKUKMP Purworejo, "Data Pedagang Pasar Baledono 2024," n.d.

yang mudah, proses pencairan dana yang cepat, serta suku bunga yang lebih rendah dibandingkan dengan sumber modal lainnya, sehingga BRI KUR menjadi pilihan yang diandalkan pedagang di Pasar Baledono Purworejo. Selain itu, beberapa pedagang juga menggunakan modal pribadi karena modal usaha mereka masih mencukupi, usaha yang dijalankan berskala kecil sehingga belum membutuhkan pinjaman dari lembaga keuangan, serta enggan untuk menghadapi prosedur dan persyaratan yang diberlakukan oleh lembaga keuangan. Modal pribadi yang digunakan biasanya berasal dari tabungan, kekayaan keluarga, atau warisan. Terdapat pula pedagang Pasar Baledono Purworejo yang menggunakan sumber permodalan berasal dari bank syariah ataupun rentenir.[94]

[94] Wawancara dengan pedagang Pasar Baledono Purworejo.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Proses Pengumpulan Data

1. Deskripsi Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan 17 orang sebagai informan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan guna menjawab pertanyaan penelitian. Informan yang dipilih merupakan pedagang Pasar Baledono Purworejo. Rincian informan dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4. 1
Data Informan

No	Nama Pedagang	Lama Berdagang	Kios atau Los	Profesi
1	Furqoni	5 tahun	Kios	Pedagang Pakaian
2	Ira	50 tahun	Kios	Pedagang Alat Tulis dan Perlengkapan Ibadah
3	Fandi	5 tahun	Kios	Pedagang Arloji
4	Watik	37 tahun	Kios	Pedagang Bakso, Mie Ayam, dan Soto
5	Suratmi	35 tahun	Kios	Gerabah
6	Daryanto	5 tahun	Kios	Pedagang Pakaian
7	Anggit	5 tahun	Kios	Pedagang Sayuran dan Bumbu Dapur
8	Zuhriyah	27 tahun	Kios	Pedagang Pakaian, Alat Sholat, dan Sprei
9	Sri Hartati	18 tahun	Los	Pedagang Pakaian
10	Diah Sari	36 tahun	Los	Pedagang Ikan
11	Asih	20 tahun	Los	Pedagang Alat Tani

12	Sibeng	8 tahun	Los	Pedagang Minuman dan Snack Ringan
13	Alfi	25 tahun	Los	Pedagang Sandal, Sepatu, dan Tas
14	Sumiyati	15 tahun	Los	Pedagang Kupat Tahu
15	Ahmad	45 tahun	Los	Pedagang Kletikan dan Jajanan Pasar
16	Eny	20 tahun	Los	Pedagang Gula Merah
17	Jumiati	8 tahun	Los	Pedagang Tahu

Sumber diolah dari hasil wawancara Juni 2025

Dari hasil wawancara dengan pedagang Pasar Baledono Purworejo, diketahui bahwa baik kios maupun los yang digunakan oleh para pedagang merupakan milik pemerintah daerah dan para pedagang pasar memperoleh hak sewa, bukan hak milik. Namun demikian, terdapat pula pedagang yang telah membeli kios sejak awal berjualan di Pasar Baledono Purworejo. Pedagang membayar sewa kios atau los yang digunakan dengan pembayaran retribusi rutin yang dibayarkan ke BPD Purworejo. Dikenai tarif sewa sebesar Rp 1.200/m^2 perhari atau sekitar Rp 1.200.000 per tahun untuk kios lantai 1 yang menghadap keluar, sedangkan kios lantai 1 yang menghadap ke dalam dikenakan biaya Rp 800/m^2 perhari atau sekitar Rp 800.000 per tahun. Sementara itu, kios lantai 2 disewakan dengan biaya Rp 500/m^2 perhari atau sekitar Rp 500.000 per tahun. Untuk pedagang yang menempati los lantai 1 tarif sewanya adalah Rp 1.000/m^2 perhari atau sekitar Rp 1.000.000 per tahun dan los lantai 2 dikenakan biaya sewa Rp 800/m^2 perhari atau sekitar Rp 800.000 per tahun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Baledono Purworejo, ditemukan bahwa kecenderungan pedagang dalam memilih dan menggunakan pilihan sumber permodalan dipengaruhi oleh terbatasnya akses serta ketersediaan modal yang dapat dijangkau. Para pedagang di Pasar Baledono Purworejo lebih memilih menggunakan program pinjaman modal dari lembaga keuangan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disediakan oleh bank-bank pemerintah. Namun demikian, program pinjaman KUR masih terbatas karena dinilai memberatkan khususnya bagi beberapa pedagang dan pelaku usaha yang baru berjalan.

Keterbatasan modal ini menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha mereka, sehingga preferensi pedagang lebih condong pada sumber permodalan yang cepat, mudah diakses, dan tidak menimbulkan risiko yang tinggi meskipun jumlah modal

yang diperoleh relatif kecil. Selain itu, rendahnya tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan formal dan minimnya pembinaan atau pendampingan turut mempengaruhi keputusan pedagang dalam mengakses sumber permodalan yang tersedia.

Minimnya jaringan kerja sama antar pedagang juga menjadi faktor yang membatasi kemungkinan untuk memperoleh modal secara kolektif, termasuk melalui mekanisme kredit kelompok. Dengan demikian, preferensi pedagang Pasar Baledono Purworejo pada sumber permodalan mencerminkan perlunya peningkatan upaya pembinaan, pendampingan, serta penyediaan akses permodalan formal yang lebih ramah dan sesuai dengan karakter usaha mikro di pasar tradisional.

B. Penyajian Data Penelitian

1. Preferensi Sumber Permodalan Pedagang Pasar Baledono Purworejo

Tabel 4. 2
Preferensi Sumber Permodalan Pedagang Pasar Baledono Purworejo

No.	Sumber Modal	Pedagang	Presentase
1	Modal Pribadi	5 pedagang	29%
2	Bank Konvensional	7 pedagang	41%
3	Bank Syariah	1 pedagang	6%
4	KJKS	2 pedagang	12%
5	Rentenir	2 pedagang	12%
Jumlah		**17 Pedagang**	**100%**

Sumber diolah dari hasil wawancara Juni 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa preferensi sumber permodalan yang digunakan oleh pedagang Pasar Baledono Purworejo yaitu sebagai berikut:

a. Modal Pribadi

Modal pribadi menjadi salah satu pilihan utama yang digunakan oleh sebagian pedagang di Pasar Baledono Purworejo. Modal jenis ini berasal dari dana milik sendiri yang biasanya didapatkan dari tabungan pribadi, keuntungan usaha sebelumnya, atau warisan keluarga. Pemanfaatan modal pribadi mencerminkan kemandirian pedagang dalam mejalankan usahanya dan bebas dari beban kewajiban pengembalian atau bunga pinjaman.

Dari total 17 informan yang diwawancarai, sebanyak 5 orang atau 29% pedagang memilih menggunakan modal pribadi sebagai sumber modal usaha mereka. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat sejumlah alasan yang melatarbelakangi

keputusan pedagang untuk tidak mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan. Salah satu pedagang sayuran yang bernama Anggit[95] menjelaskan:

"*Modal saya dari suami yang bekerja di Medan dan saya merasa cukup dengan dana yang diberikan oleh suami saya untuk menjalankan usaha. Saya juga belum punya rekening bank atas nama pribadi dan tidak berkeinginan untuk menggunakan modal dari lembaga keuangan."*

Sementara itu, Sibeng[96] pedagang makanan dan minuman beralasan bahwa:

"Usaha saya tidak membutuhkan modal besar, jadi saya pakai modal sendiri. Barang dagangan yang saya jual juga tergolong sederhana jadi untuk kulakan tidak membutuhkan banyak dana, ga mau repot sama persyaratan dari bank, dan takut ga bisa ngelunasin juga."

Pedagang pakaian bernama Zuhriyah[97] juga mengatakan:

"Dari awal jualan, sumber permodalan saya dari modal sendiri, modal awal sekitar Rp 5.000.000 ya Alhamdulillah cukup dan bisa berkembang sampai sekarang."

Berdasarkan berbagai hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa beberapa alasan pedagang di Pasar Baledono Purworejo memilih untuk menggunakan modal pribadi antara lain:

1) Ketersediaan Modal yang Cukup

   Pedagang kios maupun pedagang los merasa dana yang dimiliki sudah memadai, terutama bagi pedagang berskala kecil yang belum membutuhkan tambahan modal besar.

2) Menghindari Kerumitan Administratif

   Prosedur dan persyaratan peminjaman di lembaga keuangan dianggap rumit dan merepotkan pedagang.

3) Menghindari Risiko Gagal Bayar

   Kekhawatiran tidak mampu membayar cicilan jika meminjam dana dari lembaga keuangan membuat pedagang memilih jalan yang lebih aman dengan menggunakan dana sendiri.

4) Kurangnya Kepercayaan Diri

   Sebagian pedagang masih ragu terhadap keberlangsungan usaha mereka, sehingga belum siap untuk mengambil tanggung jawab pinjaman.

[95] *Wawancara* dengan Anggit, Pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025.
[96] *Wawancara* dengan Sibeng, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025.
[97] *Wawancara* dengan Zuhriyah, Pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025.

b. Modal Pinjaman dari Bank

1) Pinjaman Bank Konvensional

Pinjaman dari bank konvensioanl menjadi alternatif permodalan yang domain dipilih oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo karena dinilai memberikan sejumlah keunggulan antara lain strategi promosi yang efektif, suku bunga yang kompetitif, proses pencairan dana yang relatif cepat, persyaratan administrasi yang tidak terlalu kompleks, serta kemudahan pembayaran cicilan yang dapat dilakukan secara langsung di lokasi usaha.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa bank konvensional melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) paling banyak digunakan oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo dibuktikan pada tabel 4.2 bahwa dari total 17 informan yang diwawancarai, sebanyak 7 orang atau sekitar 41% pedagang memilih menggunakan bank konvensional. Dominan pedagang Pasar Baledono Purworejo memilih BRI KUR untuk sumber permodalannya.

Hasil wawancara dengan pedagang Pasar Baledono Purworejo yang memilih menggunakan sumber permodalan dari bank konvensional khususnya BRI KUR, ditemukan beberapa alasan utama dibalik keputusan mereka. Salah satu informan yang bernama Ahmad pedagang kletikan dan jajanan pasar:[98]

"Untuk modal usaha pakai pinjaman dari BRI KUR karena seluruh modal awal sudah habis akibat kebakaran pasar saat itu, jadi saya mengandalkan sumber permodalan dari BRI KUR karena proses pencairan dananya cepat dan suku bunganya tergolong rendah. Saya tidak pakai yang syariah soalnya BRI KUR saja sudah cukup."

Hal serupa juga diungkapkan oleh pedagang gula merah yang bernama Eny:[99]

"Sumber permodalan yang saya gunakan dari modal saya sedikit tapi juga dibantu dari pihak KUR BRI karena buat kulakan, buat modal lagi, prosesnya mudah, bunganya kecil jadi bayar cicilannya juga ga berat. Kalau yang dari bank syariah saya kurang mengerti sistemnya bagaimana, jadi saya pakainya sumber permodalan itu saja."

[98] *Wawancara* dengan Ahmad, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025
[99] *Wawancara* dengan Eny, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan, berikut adalah rangkuman alasan mengapa pedagang di Pasar Baledono Purworejo cenderung memilih sumber permodalan dari bank konvensional:

a) Tingkat Familiaritas

Pedagang lebih dahulu mengenal dan berpengalaman menggunakan layanan bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.

b) Ringan dalam Pembayaran

Suku bunga dan skema cicilan yang ditawarkan tergolong ringan, sehingga tidak terlalu membebani pedagang dalam menjalankan kewajiban pembayaran.

c) Dukungan untuk Perkembangan Usaha

Pinjaman dari bank konvensional dimanfaatkan pedagang untuk memperluas usaha, khususnya dalam menambah stok barang dagangan.

d) Proses Cepat dan Mudah

Dana pinjaman dari bank konvensional dapat dicairkan dengan cepat selama semua persyaratan administratif telah dipenuhi.

Adapun kesimpulan terkait alasan mengapa pedagang di Pasar Baledono Purworejo tidak memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber permodalan adalah sebagai berikut:

a) Pedagang masih belum memiliki pemahaman yang memadai terkait prosedur dan persyaratan pembiayaan di lembaga keuangan syariah, serta menilai bahwa proses pencairan dana cenderung lebih lambat dibandingkan lembaga lainnya.
b) Sebagian pedagang belum mengetahui secara jelas berbagai jenis produk pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah.
c) Pedagang belum mengerti konsep dan mekanisme akad-akad dalam sistem pembiayaan syariah, sehingga merasa ragu atau belum siap menggunakannya.

2) Pinjaman dari Bank Syariah dan Koperasi Syariah

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah maupun koperasi syariah dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yaitu menolak praktik riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi berlebihan) serta memastikan bahwa dana yang disalurkan digunakan untuk kegiatan usaha yang halal dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah seperti perjudian atau bisnis minuman keras.

Meskipun tidak mengenakan sistem bunga, sistem pembiayaan syariah menekankan aspek transparansi dan menawarkan skema yang fleksibel, disesuaikan

dengan kebutuhan usaha serta ketentuan hukum Islam. Beberapa pedagang di Pasar Baledono Purworejo menunjukkan kepercayaan terhadap bank syariah, tidak hanya sebagai tempat menyimpan dana, tetapi juga sebagai mitra pembiayaan yang dinilai sejalan dengan prinsip keyakinan mereka dan mampu mendukung keberlangsungan serta pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa dari total 17 pedagang yang menjadi informan, sebanyak 2 orang atau sekitar 12% memilih untuk menggunakan pembiayaan dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yaitu BMT dan Tamzis serta ada 1 orang atau sekitar 6% pedagang memanfaatkan layanan pembiayaan dari bank syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dari hasil wawancara yang dilakukan, ada beberapa alasan dari pedagang yang menggunakan sumber permodalan dari lembaga keuangan syariah, salah satunya Furqoni[100] yang mengungkapkan bahwa:

"Saya memilih menggunakan BSI karena sistem pembiayaannya pakai bagi hasil, bukan bunga seperti di bank konvensional. Jadi merasa lebih adil dan sesuai dengan syariat Islam. Kebetulan menantu dan saudara saya juga kerja disitu."

Sementara itu, pedagang pakaian yang bernama Sri Hartati[101] menyatakan bahwa:

"Pakai Tamzis selain sistem pembayaran yang ringan dan tidak memberatkan, saya juga khawatir akan terlibat dalam praktik riba apabila meminjam dari bank konvensional."

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa alasan utama pedagang Pasar Baledono Purworejo memilih lembaga keuangan syariah antara lain:

a) Lembaga keuangan syariah memberikan kemudahan dalam pelunasan pinjaman serta menggunakan sistem bagi hasil, bukan bunga.
b) Skema cicilan di lembaga keuangan syariah dirasa lebih ringan dan KJKS bahkan menyediakan opsi angsuran harian yang lebih fleksibel.
c) Beberapa pedagang memilih lembaga keuangan syariah karena anjuran dari teman atau keluarga yang lebih dahulu memiliki pengalaman positif.

[100] *Wawancara* dengan Furqoni, Pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025
[101] *Wawancara* dengan Sri Hartati, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025

d) Salah satu pertimbangan utama adalah keinginan untuk menghindari riba, sesuai dengan keyakinan agama.

c. Pinjaman dari Rentenir

Pinjaman dari rentenir merupakan bentuk pendanaan non formal yang berasal dari individu atau kelompok di luar lembaga keuangan resmi dan umumnya tidak berada di bawah pengawasan otoritas jasa keuangan (OJK). Kemudahan akses, pencairan dana yang cepat, serta minimnya persyaratan administratif menjadi alasan utama pedagang memilih dan menggunakan pinjaman ini. Namun demikian, pinjaman dari rentenir umumnya dibebankan dengan bunga tinggi dan sistem pengembalian yang memberatkan sehingga berpotensi menimbulkan tekanan finansial dan dapat menghambat pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Dari total 17 orang yang menjadi informan dalam penelitian, ada 2 orang atau sekitar 12% pedagang menyatakan memilih rentenir sebagai sumber permodalan mereka. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat sejumlah alasan mengapa pedagang di Pasar Baledono Purworejo lebih memilih meminjam modal kepada rentenir dibanding lembaga keuangan formal. Sumiyati[102], salah satu responden mengungkapkan bahwa:

"Memanfaatkan jasa rentenir karena proses pinjamannya sangat cepat dan tidak memerlukan berbagai persyaratan administratif yang rumit."

Sementara itu, pedagang tahu yang bernama Ibu Jumiati menyatakan: [103]

"Saya sudah tidak lagi memiliki akses untuk meminjam di bank BRI, sehingga saya beralih ke rentenir. Selain pencairan dana yang cepat, tidak diperlukan agunan dalam proses pinjaman tersebut."

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan beberapa alasan utama pedagang memilih rentenir sebagai sumber modal, yakni:

1) Proses peminjaman yang sangat sederhana dan tidak memberlakukan syarat-syarat tertentu.
2) Tidak adanya keharusan untuk memberikan jaminan atau agunan saat mengajukan pinjaman.
3) Dana pinjaman dapat langsung dicairkan dalam waktu singkat.

[102] *Wawancara* dengan Sumiyati, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025
[103] *Wawancara* dengan Jumiati, Pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, Tanggal 8 Juni 2025

C. Pembahasan Temuan

1. Preferensi Sumber Permodalan Pedagang Pasar Baledono Purworejo

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 17 informan pedagang yang terdiri dari 8 pedagang kios dan 9 pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, diperoleh temuan bahwa terdapat variasi dalam preferensi pemilihan sumber permodalan yang digunakan oleh pedagang dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Perbedaan ini tidak terlepas dari perbedaan kondisi ekonomi, latar belakang pendidikan, pemahaman terhadap lembaga keuangan, serta pengalaman masing-masing pedagang dalam mengakses fasilitas pembiayaan.

Secara umum, sumber permodalan yang digunakan oleh para pedagang di Pasar Baledono Purworejo dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yakni: (1) modal pribadi, (2) pinjaman dari lembaga keuangan formal seperti bank konvensional dan syariah, serta (3) pinjaman dari lembaga informal seperti rentenir. Namun demikian, mayoritas informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih menggunakan pinjaman dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Alasan yang paling dominan dari preferensi ini adalah kemudahan prosedur administrasi, proses pencairan dana yang cepat, serta tingkat bunga yang dinilai lebih rendah dan lebih pasti dibandingkan dengan lembaga nonformal seperti rentenir.

Pilihan terhadap program BRI KUR juga dilandasi oleh kebutuhan yang bersifat mendesak dan keterbatasan pengetahuan pedagang mengenai alternatif pembiayaan lainnya, terutama pembiayaan berbasis syariah. Beberapa pedagang mengungkapkan bahwa prosedur pengajuan di BRI KUR dinilai tidak terlalu kompleks, pencairan dana cepat, dan tingkat bunga yang ditetapkan masih dalam batas yang dapat diterima. Hal ini menjadi daya tarik utama dibandingkan lembaga keuangan lain yang dinilai lebih rumit atau tidak memberikan kepastian pencairan.

Sementara itu, penggunaan modal pribadi banyak dipilih oleh pedagang yang telah memiliki kestabilan usaha atau yang ingin menghindari risiko dan beban utang. Penggunaan modal internal dianggap sebagai bentuk kemandirian dalam berusaha, meskipun dalam beberapa kasus juga membatasi kapasitas ekspansi usaha karena keterbatasan dana. Di sisi lain, sebagian pedagang tetap memanfaatkan jasa rentenir sebagai sumber modal alternatif, terutama karena kemudahan akses, tidak diperlukannya jaminan, dan proses yang cepat. Namun, mereka menyadari bahwa bunga pinjaman dari rentenir tergolong tinggi dan dapat membebani keuangan mereka dalam jangka panjang.

Adapun lembaga keuangan syariah seperti BMT atau bank syariah belum menjadi pilihan utama, meskipun sebagian pedagang mengetahui keberadaannya. Minimnya pemahaman tentang sistem bagi hasil, akad-akad syariah, serta kurangnya sosialisasi dari lembaga terkait menjadi faktor penghambat utama. Beberapa pedagang mengaku merasa bingung dengan sistem pembiayaan syariah, sehingga mereka cenderung memilih lembaga yang menawarkan kemudahan dan kejelasan.

Preferensi pedagang terhadap sumber permodalan dipengaruhi oleh tiga aspek utama, sebagaimana dikemukakan oleh Jeffrey dalam teori motivasi yaitu kebutuhan, perilaku, dan tujuan. Pertama, dari aspek kebutuhan, tidak semua pedagang di Pasar Baledono Purworejo merasa perlu menambah modal, sedangkan bagi yang membutuhkan tambahan dana sebagian memilih tidak mengakses lembaga keuangan karena prosedur yang dianggap rumit serta kekhawatiran terhadap risiko gagal bayar. Hal ini menyebabkan sebagian pedagang di Pasar Baledono Purworejo lebih memilih modal pribadi yang berasal dari dana sendiri ataupun rentenir karena prosesnya dianggap lebih praktis meskipun bunganya tinggi.

Kedua, dari aspek perilaku, terlihat bahwa pemahaman pedagang di Pasar Baledono Purworejo terhadap lembaga keuangan syariah masih minim atau rendah. Banyak pedagang di Pasar Baledono Purworejo menganggap sistem dan akad dalam pembiayaan syariah masih asing, sehingga mereka lebih nyaman menggunakan lembaga keuangan konvensional yang telah mereka kenal sebelumnya. Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, dan tingkat pengetahuan yang dimiliki.

Ketiga, dari aspek tujuan, pedagang di Pasar Baledono Purworejo memiliki orientasi dan nilai tertentu dalam menentukan pilihan permodalan yang dipengaruhi oleh faktor budaya, lingkungan sosial, pengalaman, dan kebiasaan yang telah terbentuk. Tujuan ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi, termasuk dalam memilih sumber permodalan usaha yang sesuai dengan kondisi dan nilai-nilai yang mereka anut.

Dengan demikian, preferensi sumber permodalan oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo tidak hanya ditentukan oleh aspek finansial semata, tetapi juga oleh faktor sosial, perilaku, dan tingkat pemahaman terhadap lembaga keuangan yang tersedia. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan serta penyederhanaan prosedur pembiayaan sangat penting untuk memperluas akses permodalan di kalangan pedagang pasar tradisional khususnya pedagang di Pasar Baledono Purworejo.

2. **Perspektif Ekonomi Islam pada Preferensi Sumber Permodalan yang digunakan oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo.**

Dalam konteks ekonomi Islam, aktivitas permodalan tidak hanya dipandang sebagai instrumen finansial semata, melainkan juga sebagai bagian dari muamalah yang harus berlandaskan pada prinsip keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji preferensi sumber permodalan yang digunakan oleh pedagang di Pasar Baledono Purworejo melalui perspektif ekonomi Islam guna menilai sejauh mana praktik pembiayaan yang pedagang pilih selaras dengan nilai-nilai syariah yang mengatur tata kelola harta secara adil dan tanggung jawab.

Pelaku usaha yang menjunjung nilai-nilai etika dan perilaku terpuji dapat memberikan dampak yang besar terhadap kemajuan usahanya. Nilai-nilai seperti ketekunan, keikhlasan dalam bekerja, serta cinta terhadap profesi menjadi faktor penting yang mendorong pelaku usaha untuk terus termotivasi, bersikap gigih, dan mampu menikmati setiap tahapan proses usaha yang dijalankan. Bagi pedagang di pasar tradisional, disarankan untuk memilih sumber permodalan yang sesuai dengan prinsip syariah agar penggunaannya dapat diarahkan pada hal-hal yang membawa manfaat (kemaslahatan) bagi usaha mereka dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan temuan penelitian, pedagang Pasar Baledono Purworejo memiliki beragam preferensi dalam memilih sumber permodalan yang mereka gunakan untuk menjalankan usahanya, yaitu penggunaan modal pribadi, bank syariah, Koperasi Jasa Keuangan Syriah (KJKS), bank konvensional, serta rentenir. Dari total 17 pedagang yang diwawancarai, sebanyak 7 informan atau sekitar 41% pedagang memanfaatkan layanan dari bank konvensional yaitu BRI KUR, 5 informan atau sekitar 29% pedagang lebih memilih menggunakan modal pribadi, 2 pedagang atau sekitar 12% memilih Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yaitu BMT Binamas dan Tamzis, sementara 1 pedagang atau sekitar 6% menggunakan pembiayaan dari bank syariah yaitu BSI, dan sisanya sebanyak 2 informan atau sekitar 12% pedagang mengandalkan modal dari rentenir.

a. Pedagang yang Memanfaatkan Layanan Bank Konvensional dan Mengandalkan Rentenir

Pedagang di Pasar Baledono Purworejo yang memilih menggunakan sumber permodalan dari bank konvensional dan rentenir yang pada umumnya menerapkan sistem bunga, menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, segala bentuk aktivitas ekonomi termasuk pembiayaan dan permodalan harus dilandaskan pada ketentuan syariah yang

menekankan prinsip keadilan *('adl)*, kemaslahatan *(maslahah)*, dan keberkahan *(barakah)*. Kaidah umum dalam Islam menyatakan bahwa pada dasarnya seluruh bentuk muamalah diperbolehkan kecuali terdapat dalil syar'i yang secara eksplisit melarangnya. Oleh karena itu, setiap bentuk transaksi termasuk pinjam-meminjam untuk keperluan modal usaha, diperkenankan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.

Islam secara tegas mengharamkan praktik riba yaitu mengambil keuntungan tambahan atas pinjaman uang, baik dalam bentuk bunga tetap maupun bunga mengambang. Riba dianggap sebagai bentuk ketidakadilan *('adl)* karena menempatkan satu pihak dalam posisi yang merugikan dan mengeksploitasi pihak lainnya, khususnya dalam kondisi ketergantungan finansial. Dalam ekonomi Islam, setiap bentuk keuntungan harus diperoleh melalui mekanisme transaksi yang sah dan adil, bukan melalui pemaksaan atau pengambilan manfaat dari kelemahan ekonomi pihak lain. Oleh karena itu, pendanaan berbasis bunga yang diterapkan oleh bank konvensional dan rentenir dipandang tidak sejalan dengan nilai-nilai muamalah dalam Islam.

Hal tersebut diperkuat oleh A. Muhsin Sulaiman yang menjelaskan bahwa dalam memperoleh dan mengelola modal, terdapat sejumlah ketentuan yang harus diperhatikan oleh pedagang muslim yaitu:

1) Islam melarang praktik penimbunan modal/kekayaan yang tidak produktif karena hal tersebut bertentangan dengan tujuan distribusi ekonomi yang merata.
2) Larangan terhadap sistem riba ditegaskan dalam Al-Qur'an dan hadis, mengingat riba merupakan instrumen yang menciptakan ketimpangan kestabilan ekonomi. Allah SWT berfirman dalam Q.S Ar Rum ayat 39:

وَمَآ اٰتَيْتُمْ مِّنْ رِّبًا لِّيَرْبُوَا۟ فِيْٓ اَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوْا عِنْدَ اللّٰهِ ۚوَمَآ اٰتَيْتُمْ مِّنْ زَكٰوةٍ تُرِيْدُوْنَ وَجْهَ اللّٰهِ فَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْمُضْعِفُوْنَ

"Riba yang kamu berikan agar berkembang pada harta orang lain, tidaklah berkembang dalam pandangan Allah. Adapun zakat yang kamu berikan dengan maksud memperoleh keridaan Allah, (berarti) merekalah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)."

3) Modal usaha harus diperoleh melalui cara-cara yang halal, sesuai dengan prinsip kepemilikan dalam Islam yang menunut kejelasan dan keabsahan sumber kekayaan.

4) Apabila modal telah mencapai batas tertentu (nisab), maka wajib dikeluarkan zakatnya sebagai bentuk penyucian harta dan kontribusi sosial kepada masyarakat yang membutuhkan.
5) Penggunaan modal tidak diperkenankan untuk kegiatan produksi yang bersifat mubazir atau berlebihan karena hal tersebut bertentangan dengan semangat efisiensi dan keberlanjutan.
6) Dalam aspek ketenagakerjaan, pembayaran upah harus dilakukan secara adil sesuai dengan ketentuan syariat untuk menghindari bentuk-bentuk kezaliman terhadap tenaga kerja.

Oleh karena itu, preferensi pedagang di Pasar Baledono Purworejo yang memilih dan menggunakan sumber permodalan bank konvensional dan rentenir mencerminkan perlunya peningkatan pemahaman dan sosialisasi mengenai sistem keuangan syariah. Ketidaksesuaian juga berpengaruh terhadap aspek keberkahan usaha, ketentraman batin, dan keberlanjutan ekonomi. Hal ini menegaskan pentingnya peran edukasi dan literasi keuangan syariah dalam mendorong pelaku usaha kecil dan menengah, termasuk pedagang pasar tradisional agar lebih memilih sumber permodalan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Islam.

b. Pedagang yang Memilih Menggunakan Modal Pribadi

Dalam praktik kegiatan usaha, hampir sebagian pedagang Pasar Baledono Purworejo memilih untuk menggunakan modal pribadi sebagai sumber permodalan utama. Preferensi ini menunjukkan adanya kemandirian dalam pengelolaan keuangan usaha, di mana pedagang memanfaatkan aset atau kekayaan yang dimiliki tanpa ketergantungan pada lembaga keuangan eksternal. Meskipun tampak sederhana, penggunaan modal pribadi memiliki tanggung jawab moral dan spiritual yang besar, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam.

Menurut ajaran Islam, seluruh harta yang dimiliki oleh individu dipandang sebagai amanah atau titipan dari Allah SWT yang harus dikelola dengan penuh tanggung jawab. Oleh karena itu, pedagang yang memanfaatkan modal pribadi seharusnya menggunakan kekayaannya secara produktif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Aktivitas usaha yang dijalankan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai kehalalan, keadilan, dan kemaslahatan. Tujuan utamanya bukan sekedar memperoleh keuntungan finansial semata melainkan juga mendapatkan keberkahan dalam harta dan kehidupan.

Islam memberikan perhatian besar terhadap penggunaan harta secara bijaksana. Al-Qur'an secara eksplisit melarang perilaku tabdzir atau pemborosan, serta menganjurkan umatnya untuk menjauhi gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Pengelolaan harta yang tidak seimbang dan cenderung berlebihan dipandang dapat menghilangkan keberkahan dan mengganggu keberlanjutan ekonomi individu maupun masyarakat. Dalam konteks ini, penggunaan modal pribadi harus diarahkan pada aktivitas yang produktif, bermanfaat, dan tidak bersifat mubazir.

Selain itu, Islam menetapkan kewajiban atas pemilik harta untuk mengeluarkan zakat dan infaq sebagai bentuk pembersihan dan pemurnian harta yang dimiliki. Apabila modal telah mencapai nisab, maka zakat menjadi kewajiban yang harus ditunaikan sesuai dengan ketentuan syariat. Fungsi zakat tidak hanya sebagai kewajiban ibadah, tetapi juga sebagai instrumen distribusi kekayaan dan penguatan solidaritas sosial. Melalui zakat, sebagian dari kekayaan dialokasikan untuk kepentingan umum, termasuk membantu fakir miskin, memberdayakan ekonomi umat, dan menciptakan keadilan sosial.

Pandangan ekonomi Islam menekankan bahwa harta yang dikelola secara benar dan sesuai syariah akan mendatangkan manfaat jangka panjang. Keberhasilan dalam usaha tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari sejauh mana harta tersebut memberikan dampak positif bagi kesejahteraan pelaku usaha dan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, pedagang yang menggunakan modal pribadi harus menyadari bahwa keberhasilan ekonominya tidak terlepas dari keberkahan yang timbul akibat kepatuhan terhadap aturan Allah SWT.

Dengan demikian, pengelolaan modal pribadi dalam perspektif ekonomi Islam bukan hanya soal efisiensi finansial, tetapi juga merupakan bagian dari tanggung jawab spiritual dan sosial. Setiap individu muslim memiliki kewajiban untuk menjaga keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Modal pribadi harus dijadikan sebagai sarana untuk mencapai kemaslahatan, tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga bagi masyarakat luas.

c. Pedagang yang Menggunakan Pembiayaan dari Bank Syariah dan KJKS

Di tengah keberagaman pilihan sumber permodalan yang tersedia, beberapa pedagang di Pasar Baledono Purworejo menunjukkan kecenderungan untuk memilih lembaga keuangan syariah seperti Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan bank syariah sebagai mitra pembiayaan usaha. Preferensi ini mencerminkan kesadaran sebagai pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas ekonominya sesuai dengan prinsip-

prinsip yang diajarkan dalam ekonomi Islam. Lembaga keuangan syariah pada dasarnya beroperasi berdasarkan akad-akad yang halal serta menghindari unsur-unsur yang bertetangan dengan ketentuan syariat seperti riba, gharar, dan maisir. Dalam sistem pembiayaan syariah, pendekatan yang digunakan lebih menekankan pada konsep keadilan dan kemitraan, salah satunya melalui penerapan mekanisme bagi hasil.

Model pembiayaan berbasis bagi hasil menawarkan keunggulan dalam menciptakan hubungan yang lebih seimbang antara penyedia dana dan pengguna modal. Dalam sistem ini, keuntungan dibagi sesuai proporsi yang disepakati di awal, sedangkan potensi kerugian ditanggung bersama sesuai kontribusi modal masing-masing pihak. Hal ini berbeda dengan sistem bunga tetap yang berlaku dalam pendanaan konvensional, di mana risiko ditanggung sepenuhnya oleh peminjam tanpa mempertimbangkan kondisi usaha. Oleh karena itu, sistem keuangan syariah tidak hanya menciptakan keseimbangan ekonomi, tetapi juga mengandung maslahah berupa keberkahan dan menjunjung nilai-nilai keadilan.

Kecenderungan pedagang untuk memilih lembaga keuangan syariah juga dapat dipahami sebagai upaya aktualisasi prinsip muamalah dalam konteks permodalan. Dalam fiqih muamalah, prinsip kerja sama dalam pengelolaan usaha sangat dianjurkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Salah satu bentuk akad yang sering digunakan dalam lembaga keuangan syariah adalah akad musyarakah yaitu perjanjian kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk mengelola suatu usaha secara bersama-sama di mana setiap pihak memberikan kontribusi berupa modal, baik dalam bentuk dana tunai, aset berwujud, keterampilan, atau hak ekonomi lainnya yang dapat dinilai secara objektif. Keuntungan dari usaha tersebut kemudian dibagi sesuai kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung berdasarkan proporsi modal yang disertakan.

Berdasarkan analisis preferensi sumber permodalan dalam perspektif ekonomi Islam dapat dipahami bahwa idealnya pedagang memilih sumber permodalan yang tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat secara spiritual (maslahah). Prinsip ini sejalan dengan tujuan utama dari perspektif ekonomi Islam, yaitu menciptakan keseimbangan antara kesejahteraan duniawi dan keberkahan ukhrawi.

Pemilihan sumber permodalan tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab moral dan agama yang menganjurkan setiap aktivitas ekonomi agar tetap berada dalam bingkai nilai-nilai syariah. Islam secara komprehensif memberikan pedoman yang jelas melalui Al-Qur'an dan sunnah dalam mengarahkan setiap keputusan ekonomi umat.

Dalam Islam tidak hanya memberikan landasan normatif dalam bertransaksi, tetapi juga menanamkan nilai-nilai etika dan spiritual yang membentuk karakter sistem ekonomi yang adil, inklusif, dan berkelanjutan. Pemilihan sumber permodalan dalam konteks ini, tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan efisiensi atau kemudahan akses, melainkan juga harus mempertimbangkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah yang melarang unsur riba, gharar, dan maisir.

Dalam pandangan Islam, individu diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan, termasuk dalam memilih bentuk usaha dan sumber permodalan. Al-Qur'an sangat menghargai kemampuan manusia untuk menentukan pilihannya secara sadar dan bertanggung jawab. Kebebasan ini merupakan salah satu bentuk penghormatan terhadap akal dan kehendak manusia, serta menjadi salah satu aspek penting dalam pelaksanaan aktivitas ekonomi yang sehat. Namun demikian, kebebasan dalam Islam bukanlah kebebasan yang bersifat absolut. Islam mengatur bahwa kebebasan individu harus dijalankan dalam koridor syariat yang jelas, dengan mempertimbangkan batasan moral dan sosial yang telah ditetapkan.

Dalam konteks kebebasan ekonomi, terdapat dua prinsip utama yang menjadi rambu-rambu dalam pelaksanaannya. Pertama, setiap individu diperbolehkan menjalankan aktivitas ekonomi selama tidak merugikan orang lain dan tidak melanggar hak-hak pihak lain. Hal ini menegaskan bahwa keadilan sosial dan perlindungan terhadap kepentingan bersama merupakan bagian penting dari praktik ekonomi Islam. Kedua, dalam mencari nafkah, umat Islam diwajibkan untuk memilih cara-cara yang halal serta menjauhi segala bentuk praktik yang diharamkan, baik dari segi cara memperoleh harta maupun dari jenis barang yang diperjualbelikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sumber penghasilan menjadi penentu utama dalam keberkahan dan keberlanjutan usaha.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis preferensi sumber permodalan pedagang di Pasar Baledono Purworejo dalam perspektif ekonomi Islam. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang Pasar Baledono Purworejo memiliki preferensi yang beragam dalam memilih dan menggunakan sumber permodalan, yang mencakup modal pribadi, pinjaman dari bank konvensional, lembaga keuangan syariah, serta rentenir. Dari 17 informan wawancara, sebanyak 7 atau 41% pedagang memilih bank konvensional yang dominan menggunakan BRI KUR, 5 atau 29% pedagang menggunakan modal pribadi, 2 atau 12% pedagang memilih menggunakan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yaitu BMT Binamas dan Tamzis, 2 atau 12% pedagang mengandalkan rentenir, 1 atau 6% pedagang mengakses pembiayaan dari bank syariah yaitu BSI. Preferensi tersebut dipengaruhi oleh faktor kemudahan proses, ketersediaan informasi, pengalaman sebelumnya, dan tingkat pemahaman terhadap lembaga keuangan yang digunakan.
2. Menurut perspektif ekonomi Islam, hanya sebagian pedagang yang sumber permodalannya sesuai dengan prinsip syariah, yaitu pedagang yang memilih Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan bank syariah. Lembaga ini menggunakan akad yang halal seperti musyarakah dan menerapkan sistem bagi hasil yang adil. Sebaliknya, mayoritas pedagang masih menggunakan bank konvensional dan rentenir yang menerapkan sistem bunga (riba), yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Islam menekankan bahwa penggunaan harta harus dilakukan secara halal, tidak merugikan pihak lain, serta menghindari praktik riba. Dengan demikian, sebagian besar preferensi pedagang di Pasar Baledono Purworejo belum sepenuhnya mencerminkan praktik ekonomi Islam yang menekankan prinsip keadilan *('adl)*, kemaslahatan *(maslahah)*, dan keberkahan *(barakah)*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Pasar Baledono Purworejo, diharapkan para pedagang dapat meningkatkan pemahaman dan literasi keuangan, khususnya mengenai sistem pembiayaan syariah yang

sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Pedagang sebaiknya lebih selektif dalam memilih sumber permodalan dengan mempertimbangkan aspek kehalalan, keadilan, dan keberkahan, tidak hanya sekadar kemudahan akses dan kecepatan proses pencairan dana.

2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah, disarankan untuk memperluas sosialisasi dan edukasi terkait produk pembiayaan yang ditawarkan, terutama di kalangan pedagang pasar tradisional. Penyediaan layanan yang lebih sederhana, akses yang lebih luas, dan pelayanan yang lebih responsif agar meningkatkan daya tarik lembaga keuangan syariah sebagai alternatif pembiayaan yang kompetitif dan sesuai syariat Islam.
3. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Pasar, diharapkan turut berperan aktif dalam mendukung penguatan ekonomi syariah dengan cara menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan syariah, serta memfasilitasi pelatihan literasi keuangan bagi pedagang. Selain itu, regulasi dan pengawasan terhadap praktik rentenir perlu diperkuat guna melindungi pedagang dari pembiayaan berbunga tinggi yang merugikan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek penelitian guna memperoleh data yang lebih luas serta meneliti aspek preferensi permodalan di pasar tradisional lain sebagai perbandingan. Penelitian mendatang juga dapat mengkaji secara lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM, khususnya pedagang tradisonal.

DAFTAR PUSTAKA

Admin. “Budaya dan Sejarah Jadi Kekuatan Besar Kabupaten Purworejo.” 26 Desember, 2023. https://dprd-purworejokab.go.id/budaya-dan-sejarah-jadi-kekuatan-besar-kabupaten-purworejo/.

Admin. “Pengertian Preferensi.” kbbi.web.id. Diakses 31 Januari 2025. https://kbbi.web.id/preferensi.

Admin. “Potensi Pertanian Kabupaten Purworejo: Peluang dan Tantangan.” 24 Juli, 2024. https://dprd-purworejokab.go.id/potensi-pertanian-kabupaten-purworejo-peluang-dan-tantangan/.

Afdalia, Nadhira, et. al. "Theory of Planned Behavior dan Readiness for Change dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010. *JAAI Jurnal Akuntansi dan Auditing Indoneisa* 18. no. 2 (2014): 110–123.

Akhlina Tijani Prabawa. “Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja Terhadap Bank Syariah Dalam Memperoleh Sumber Permodalan Untuk Usaha.” *repository uinsaizu* 15, no. 1 (2024): VII.

Alexander Thian. *Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2021.

Aliyah, Istijabatul. “Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan.” *Cakra Wisata* Vol 18 Jil (2017): 2.

Al-qahtani, Muhammad Miftah, Sri Ramadhani, dan Ahmad Syakir. “Persepsi Pedagang Pasar Sipirok Tapanuli Selatan Terhadap Pembiayaan Bank Syariah” 8, no. 3 (2025): 47–55. https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1341.

Ariani, Nur Indah, dan Okta Hadi Nurcahyo. “Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial.” *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. April (2014): 4.

Aulia, Fikri, dan Toni Hidayat. “Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai.” *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 119–32. https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1701.

Basri, Henny Hamdani, Heliwasnimar Heliwasnimar, dan Ardimen Ardimen. “Etika dan Moral Dalam Ilmu Pengetahuan.” *Indonesian Research Journal on Education* 4, no. 1 (2024): 343–51. https://doi.org/10.31004/irje.v4i1.494.

Budiono, I Nyoman. *Kewirausahaan I*. *Penerbit Aksara Timur*, 2018.

Bustami. “Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Perspektif Ekonomi Islam).” *repositorystieipwija*, 2015, 1–193.

DINKUKMP Purworejo. “Data Pedagang Pasar Baledono 2024,” n.d.

Dr. Hj. Anita Rahmawaty M.Ag. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021.

Dr. Rozalinda. *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi.pdf*, 2017.

Endang Purwanti. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga." *Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 1 (2012): 1–16. https://doi.org/10.1007/BF02532975.

Fiantika, Feny Rita, dan Anita Maharani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2022.

Gerin Rio Pranata. "Beduk Raksasa di Masjid Agung Purworejo Nyaris Berusia 2 Abad." 3 Mei, 2021. https://www.tempo.co/ramadhan/beduk-raksasa-di-masjid-agung-purworejo-nyaris-berusia-2-abad-516393.

Hadi, Sugeng Nugroho. "Preferensi Pedagang Paar Tradisional Dalam Memilih Jasa Modal Usaha Pada Lembaga Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19." *At Tauzi':Jurnal Ekonomi Islam* 21, no. 2 (2021): 13–31.

Heksantoro, Rinto. "Punya Potensi Terbesar Pertanian, Purworejo Jadi Lumbung Pangan di Jateng." 12 Desember, 2023. https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-7085259/punya-potensi-terbesar-pertanian-purworejo-jadi-lumbung-pangan-di-jateng.

Hidayati, Bunga. "Peran Modal Sosial Pada Kontrak Pinjaman Bank Thithil Dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Pada Pasar Blimbing Kota Malang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 2. no. 1 (2013): 1–16.

Hilda Kholailah. "Analisis Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Sumber Pembiayaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," 2024, 1–74.

Hilyatin, Dewi Laela. "Preferensi Permodalan Pedagang Pasar Wage Purwokerto, Penguatan Destinasi Keuangan dan Perbankan Syariah Vis A Vis Rentenir di Pasar Tradisional." *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2019): 215–35. https://doi.org/10.24090/ej.v7i2.3453.

Ismunandar, Ismunandar, dan Yuyun Ayu Lestari. "Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Lo'I Me'E Mbojo Di Kota Bima." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 5, no. 2 (2019): 101–11. https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.54.

Johan Arifin. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.

John M. Echols dan Hassan Shadily. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, t.t.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGraindo Persada, 2014.

Kharina, W.O. "Preferensi Pedagang Tradisional Terhadap Sumber Pembiayaan Usaha (Studi di Pasar Tradisional Dinoyo Kota Malang)." J*urnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3. no. 1 (2015): 1–20.

Kementerian Koperasi dan UMKM RI, "Data Perkembangan UMKM Indonesia," (2023), diakses pada 12 Juli 2025, www.kemenkopukm.go.id

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. "Pembangunan Ekonomi Melalui Perdagangan: Kebijakan dan Strategi," 2021.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Era Digital," 2020.

Komari. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam." *At-Tujjar* 08, no. 01 (2020): 2.

Kris H. Timotius. *Pengantar Metodologi : Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.

Lalu Setiawan. "Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha Masyarakat (Studi Kasus Di Pasar Cemara Keluarga Kelurahan Monjok Timur Kecamatan Selaparang Kota Mataram)." *ethesesuinmataram*, 2020, 1–108.

M. Ikbal. "Penerapan Theory of Planned Behavior (TPB) Terhadap Respon Pengguna dalam Pemanfaat E-Learning pada UIN Raden Fatah Palembang." *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1. no. 1 (2018): 1–30.

Maskuroh, Nikmatul. "Peran pasar tradisional dalam peningkatan perekonomian masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)." *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*, 2019, 1–85.

Mawadah, Sokhikhatul. "BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Pedagang Tradisional Sebagai Pelaku UMKM Mitra Usaha BMT Walisongo dalam Pembiayaan Produktif" 7, no. 1 (2019): 1–16.

Maya Anggita Afriliyanti. "Analisis Perspektif Islam Dalam Pengambilan Keputusan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Lebaksiu Tegal Dalam Memilih Pinjaman Modal Terhadap Rentenir." *repository uinsaizuuinsaizu* 15, no. 1 (2024): 1–132.

Monita, Ratu. "OJK: Inklusi Keuangan Syariah Baru Capai 12%," (2025), diakses pada 12 Juli 2025, OJK: Inklusi Keuangan Syariah Baru Capai 12%

Mubarok, Ferry Khusnul, dan Muhammad Khoirul Imam. "Halal Industry in Indonesia; Challenges and Opportunities." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no. 1 (2020): 55–64. https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5856.

Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA, dan M.EI Fasiha Kamal, S.EI. *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*. *Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2013.

Muhammad, A.A. Analisi Preferensi Sumber Pembiayaan UMKM (Studi Pada Sentra Pengrajin Tas di Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo). J*urnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4. no. 1 (2016): 1–11.

Muhammad Anwar. "Karakteristik dan Strategi Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia." *Sosiologi* 9, no. 1 (2019): 55–72.

Muthia Alya Rahmawati. "Sejarah Kabupaten Purworejo, Jadi Ibu Kota Jawa Tengah Sebelum Semarang." 6 Desember, 2023. https://www.detik.com/jateng/budaya/d-7075147/sejarah-kabupaten-purworejo-jadi-ibu-kota-jawa-tengah-sebelum-semarang.

Navis, Mar'atus Syawalia. "Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Permodalan (Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari, Kecamatan Lowokwaru – Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* 3, no. 1 (2015): 1–15.

NU Online. "Al-Qur'an Dan Terjemah," n.d. https://doi.org/https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168.

NU Online. "Al-Qur'an Dan Terjemah." Accessed January 31, 2025. https://quran.nu.or.id/aliimran/14.

NU Online. "Al-Quran Dan Terjemah." Accessed July 12, 2025. https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275.

Nur Rianto Al Arif. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana, 2014.

Nursyamsi, E. "Peran Pedagang dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal." *Ekonomi dan Kebijakan Publik* 8, no. 1 (2021): 15–28.

OJK, "Laporan Tahunan OJK Syariah 2023", (2023), diakses pada 12 Juli 2025, www.ojk.go.id

Pemkab Purworejo. "Geografi," t.t. https://www.purworejokab.go.id/web/geografi.html.

Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, 2000.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson, 2016.

Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2018.

Rahmadana, Uswatun Khasanah and Yuris Huswatun H. "Rasionalitas dalam Ekonomi." *EconPapers*, 2021, 7–8.

S. Santoso. "Peran Pedagang Pasar dalam Perekonomian Lokal: Sebuah Tinjauan Ekonomi Mikro." *Ekonomi dan Bisnis* 21, no. 2 (2019): 34–45.

Saifullah, Muhammad. "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2011): 127–56.

Savitri, Kenny. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspekti Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Pasar Pahing Karanglewas).” *repository uinsaizu* 4, no. 1 (2016): 15–18.

Septiar Musti Achmad Tjachja Nugraha, Nur Inayah & Mohamad Irvan. *Pengantar Kewirausahaan (Mengenal, Memahami, Dan Mencintai Dunia Bisnis)*. Yogyakarta: Andi, 2021.

Sunaryo. “Etika Berbasis Kebebasan Amartya Sen Integrasi Kebebasan dalam Pilihan Sosial, Demokrasi, dan Pembangunan,” 2017.

Supriyanto, Eko. *Ekonomi Mikro perspektif Islam*. Malang : UIN-Malang Press, 2008.

Surajiyo. “Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Perspektif Filosofis.” *Seminar Nasional Indocompac*, 2017, 15–17.

Syafnidawaty. “Data Sekunder.” universitasraharja.ac.id, 2020. https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/.

Tri Suharti. “Peran Pedagang di Pasar Tradisional dalam Membangun Ekonomi Lokal.” *Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 2 (2018): 121–34.

Vita Ery. “Sejarah Pasar Baledono.” 16 Januari, 2010. https://purworejotempoedoloe.blogspot.com/2010/01/sejarah-pasar-baledono.html.

Wahyu, A. Rio Makkulau, dan Irawan Heri. “Presepsi Pedagang Di Pasar Sentral Sinjai terhadap Peminjaman Modal Usaha.” *Jurnal Lembaga Keunagan, Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 11–23.

Waldelmi, Idel, Afvan Aquino, dan Nofrizal. “Analisis Permodalan Pedagang Pasar Syariah.” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7 (2019): 71–78.

Yaasin, Moh. Afandi. “Preferensi Arisan Sebagai Sumber Modal Di Era Digital (Studi Di Pasar Darmo Trade Center).” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan sosial (EMBISS)* 2, no. 1 (2021): 15–27.

Wawancara

Wawancara dengan Anggit, pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Sibeng, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Zuhriyah, pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Ahmad, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Eny, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Furqoni, pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Sri Hartati, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Sumiyati, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

Wawancara dengan Jumiati, pedagang los di Pasar Baledono Purworejo, pada tanggal 8 Juni 2025.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Riset

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 2086/Un.10.5/D1/TA.0.01/06/2025 Semarang, 04/06/2025
Hal : Permohonan Izin Riset
Lamp. : ---

Yth.
Kepala Pasar Baledono Purworejo
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin kepada :

Nama	:	Hafizatuz Zahra
NIM	:	2105026079
Semester	:	VIII
Prodi	:	S.1 Ekonomi Islam
Alamat Peneliti	:	Baledono Ngentak RT 03/RW 05, Kecamatan Purworejo, Purworejo, Jawa Tengah
Tujuan Penelitian	:	Wawancara dan Observasi
Judul Skripsi	:	ANALISIS PREFERENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL PADA SUMBER PERMODALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA PEDAGANG PASAR BALEDONO PURWOREJO)
Tanggal Pelaksanaan	:	05/06/2025 s.d.12/06/2025
Lokasi Penelitian	:	Pasar Baledono Purworejo / Baledono Kedungputri, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah 54118

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

an. Dekan,
Wakil Dekan I, Bidang Akademik
Dan Kelembagaan

MUCHAMAD FAUZI

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Pertanyaan diperuntukkan bagi Kepala Pasar Baledono Purworejo

A. IDENTITAS DIRI

Nama :

Usia :

B. DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana sejarah berdirinya Pasar Baledono Purworejo?
2. Apa visi dan misi Pasar Baledono Purworejo?
3. Jelaskan deskripsi letak lokasi strategis Pasar Baledono Purworejo?
4. Bagaimana struktur organisasi Pasar Baledono Purworejo?
5. Berapa jumlah pedagang di Pasar Baledono Purworejo?

Pertanyaan diperuntukkan bagi Pedagang Pasar Baledono Purworejo

C. IDENTITAS INFORMAN

Nama Pedagang :

Jenis Dagangan :

Status Tempat : (Kios/Los)

Lama Berjualan :

D. DAFTAR PERTANYAAN

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Sudah berapa lama bapak/ibu berdagang di Pasar Baledono Purworejo?
3. Apa jenis dagangan yang bapak/ibu jual?
4. Bagaimana perkembangan usaha bapak/ibu selama ini?
5. Apa sumber permodalan yang bapak/ibu gunakan untuk berdagang?
6. Apa alasan utama bapak/ibu memilih sumber permodalan tersebut?
7. Apakah bapak/ibu berkeinginan menggunakan modal dari lembaga keuangan?
8. Apakah bapak/ibu pernah menggunakan layanan dari lembaga keuangan syariah?
9. Apa alasan bapak/ibu lebih tertarik melakukan pinjaman modal dari bank konvensional daripada bank syariah?
10. Apakah bapak/ibu memahami sistem pembiayaan dari lembaga keuangan syariah?
11. Apa alasan bapak/ibu lebih tertarik melakukan pinjaman modal dari bank syariah daripada bank konvensional?

Lampiran 3 *Dokumentasi wawancara*



Wawancara dengan kepala Pasar Baledono Purworejo



Wawancara dengan pedagang kios di Pasar Baledono Purworejo



Wawancara dengan pedagang los di Pasar Baledono Purworejo

Wawancara dengan pedagang kios dan los di Pasar Baledono Purworejo











DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama Lengkap	: Hafizatuz Zahra
Tempat Tanggal Lahir	: Purworejo, 3 Februari 2002
Alamat	: Baledono Ngentak, Kec. Purworejo, Kab. Purworejo
Jenis Kelamin	: Purworejo
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia

Pendidikan

1. TKIT Ulul Albab 2 Purworejo — Tahun 2007-2008
2. SDIT Ulul Albab 2 Purworejo — Tahun 2008-2014
3. SMP Negeri 31 Purworejo — Tahun 2014-2017
4. SMA Negeri 7 Purworejo — Tahun 2017-2020
5. UIN Walisongo Semarang — Tahun 2021-sekarang