

**PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DI PASAR 17 AGUSTUS KABUPATEN PAMEKASAN**
(Studi Perspektif Etika Bisnis Islam)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh
Sakur
NIM. F02417144

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sakur

NIM : F02417144

Program : Magister (S-2) Prodi Ekonomi Syariah

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 10 Juli 2019

Saya yang menyatakan



Sakur

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten

Pamekasan (Studi Pespektif Etika Bisnis Islam)” yang ditulis oleh Sakur (NIM.

F02417144) telah disetujui pada tanggal 10 Juli 2019

Oleh:

PEMBIMBING,



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis berjudul "Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan (Studi Pespektif Etika Bisnis Islam)" yang ditulis oleh Sakur (NIM. F02417144) ini telah diuji dalam ujian Tesis

pada tanggal 24 Juli 2019

Tim Penguji

1. Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM. (Ketua) 

2. Dr. Ir. Muhammad Ahsan, MM. (Penguji I) 

3. Dr. Fahrul Ulum, M. E. I (Penguji II) 

Surabaya, 07 Agustus 2019

Direktur,



Prof. Dr. H. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini,
saya:

Nama : SAKUR
NIM : F02417144
Fakultas/Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : F.Abdy.Js2@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan
UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI PASAR 17 AGUSTUS

KABUPATEN PAMEKASAN (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN
Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak
Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Agustus 2019

Penulis

(SAKUR)

ABSTRAK

Sakur, 2019. "Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam)" Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pembimbing: Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.

Pasar tradisional merupakan pasar yang identik dengan pasar yang ketertibannya kurang terjaga sehingga terjadi pasar tumpah yang berdampak pada persaingan yang kurang sehat, tidak adanya perlindungan hukum, terjadi kemacetan, pasar tampak kotor dan kumuh, serta rawan terjadi kecelakaan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *pertama*, Bagaimana perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?. *Kedua*, Bagaimana upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?. *Ketiga*, Bagaimana persepektif etika bisnis islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian diskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan peningkatan ketekunan, bahan referensi dan perpanjangan pengamatan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa, *Pertama* : Perilaku pedagang pasar tradisional di pasar 17 Agustus dalam menjaga ketertiban masih kurang peduli, sering melanggar dan bandel, *Kedua* : Upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 Agustus sudah bagus akan tetapi dalam pelaksanaannya masih kurang, *ketiga* : Menurut Persepektif etika bisnis islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan dari segi prinsip *tauhid*, prinsip keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*), Prinsip kehendak bebas (*ikhtiar/free will*), Prinsip bertanggung jawab (*responsibility*) dan Prinsip kebaikan (*Ihsan*) masih belum sepenuhnya terimplementasi dengan baik oleh para pedagang.

Kata Kunci : Perilaku Pedagang, Pasar Tradisional, Etika Bisnis Islam

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL DAN GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| DAFTAR TRANSLITERASI | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi dan Batasan Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Penelitian | 8 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| F. Kerangka Teoritik..... | 9 |
| G. Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| H. Metode Penelitian | 17 |
| I. Sistematika Pembahasan | 31 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 34 |
| A. Perilaku Pedagang..... | 34 |
| 1. Pengertian Perilaku | 34 |
| 2. Pengertian Pedagang..... | 37 |

| | |
|--|------------|
| 3. Pengertian Perilaku Pedagang..... | 38 |
| B. Pasar | 46 |
| 1. Pengertian Pasar..... | 46 |
| 2. Fungsi Pasar | 48 |
| 3. Pasar Tradisional..... | 50 |
| 4. Pengelolaan Pasar Tradisional..... | 53 |
| C. Peran Pemerintah dalam Pasar | 56 |
| D. Etika Bisnis Islam | 63 |
| 1. Pengertian Etika..... | 63 |
| 2. Pengertian Bisnis | 65 |
| 3. Pengertian Etika Bisnis Islam | 67 |
| 4. Fungsi Etika Bisnis Islam | 72 |
| 5. Prinsip Etika Bisnis Islam..... | 72 |
| BAB III PAPARAN DATA..... | 82 |
| A. Profil Pasar 17 Agustus | 82 |
| 1. Sejarah Pasar 17 Agustus..... | 82 |
| 2. Visi dan Misi | 84 |
| 3. Tujuan | 84 |
| 4. Tugas | 85 |
| 5. Tugas dan Wewenang | 85 |
| B. Perilaku pedagang pasar | 86 |
| C. Upaya Pemerintah..... | 89 |
| BAB IV ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 93 |
| A. Analisis Perilaku pedagang..... | 93 |
| B. Analisis Upaya pemerintah..... | 96 |
| C. Perspektif Etika Bisnis Islam | 99 |
| BAB V PENUTUP | 116 |
| A. Kesimpulan | 116 |

B. Saran 117

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Daftar Tabel

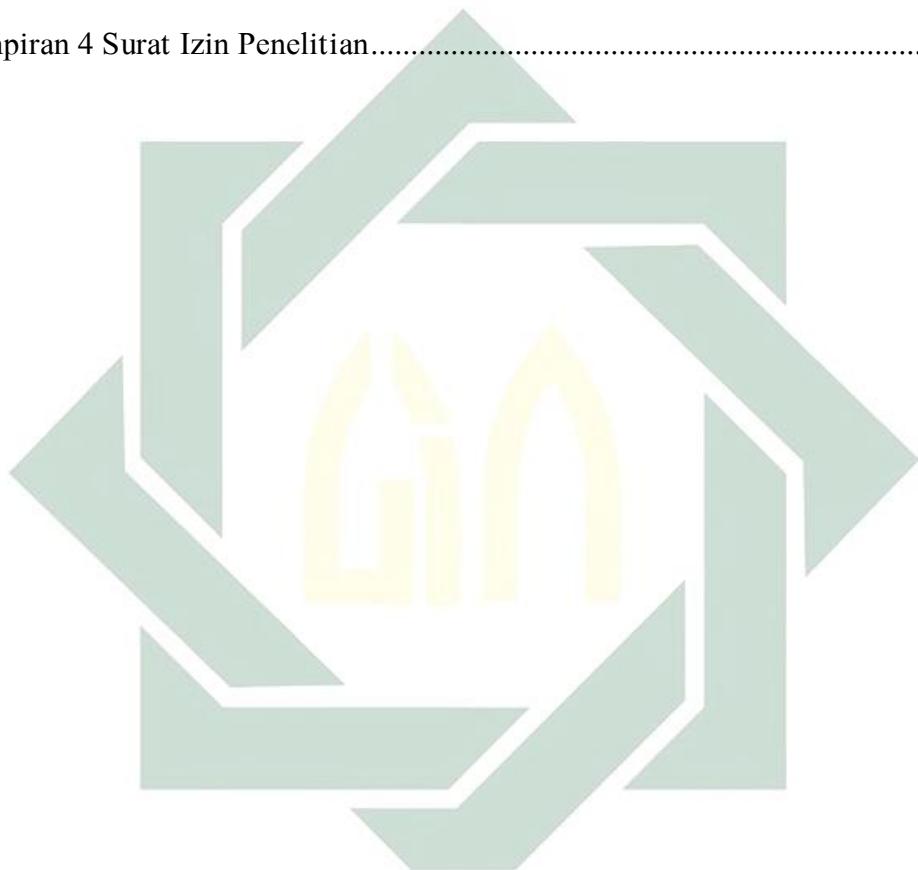
| | | |
|----------|---|-----|
| Tabel. 1 | Perbedaan dan persamaan penelitian | 16 |
| Tabel. 2 | Daftar Informan | 21 |
| Tabel. 3 | Data, sumber data dan pengumpilan data penelitian | 25 |
| Tabel. 4 | Struktur Pengurus pasar | 123 |
| Tabel. 5 | Hasil wawancara kepada informan | 100 |

Daftar Gambar

| | | |
|----------|---|-----|
| Gambar 1 | Wawancara ke Pihak Disperindag..... | 150 |
| Gambar 2 | Wawancara ke Pihak SatpolPP | 150 |
| Gambar 3 | Wawancara ke Pihak Pengelola Pasar..... | 151 |
| Gambar 4 | Wawancara ke Pihak Dishub..... | 151 |
| Gambar 5 | Wawancara ke Pihak pedagang | 152 |
| Gambar 6 | Wawancara ke Pihak pembeli..... | 153 |
| Gambar 7 | Kondisi jalan pasar | 154 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Instrumen wawancara | 125 |
| Lampiran 2 Daftar Nama Informan | 127 |
| Lampiran 3 Surat Tugas | 155 |
| Lampiran 4 Surat Izin Penelitian..... | 156 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan tempat bertemu penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual pembeli secara langsung dan ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional harus tetap dijaga keberadaannya sebab ia adalah *representasi* dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, serta tempat bergantung para pedagang skala kecil-menengah. Pasar tradisional merupakan tumpuan bagi para petani, peternak, atau produsen lainnya selaku pemasok.¹

Pasar tradisional sudah ada sejak kerajaan kutai kertanegara, yaitu pada abad ke-5 Masehi. Ketika zaman penjajahan Belanda, pasar tradisional mulai diberikan tempat yang layak dengan didirikannya bangunan yang cukup besar pada masa itu, seperti Pasar Beringharjo di Yogyakarta, Pasar Johar di Semarang, dan Pasar Gede di Solo. Setelah Indonesia merdeka pasar tradisional semakin berkembang bahkan di setiap Provinsi sampai Kabupaten mempunyai pasar-pasar tradisional yang dikelola oleh masing-masing

¹ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional : Potret Ekonomi Rakyat Kecil* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 159.

pemerintahannya yang ada dilokasi pasar tersebut, salah satu pasar tradisional di Indonesia yang ada di Kabupaten Pamekasan yaitu pasar 17 Agustus, jalan pintu gerbang, Kelurahan Bugih. Pasar 17 Agustus merupakan pasar tradisional terbesar di Kabupaten Pamekasan akan tetapi penataan pasar dalam segi fisik dan non fisik kurang mendukung.

Menurut keterangan bapak Saliman selaku kasi pendapatan pasar di DISPERINDAG Kabupaten Pamekasan memaparkan bahwa Kabupaten Pamekasan mempunyai 13 pasar tradisional salah satunya yaitu pasar tradisional 17 Agustus yang telah direnovasi dari APBN.² Namun kenyataan di lapangan renovasi pasar 17 Agustus hanya perbaikan fisik dan masih belum ada penerapan manajemen pasar (non fisik) yang bagus terbukti masih terjadi kemacetan panjang yang disebabkan oleh pelaku pasar tumpah yang didominasi oleh pedagang kambing, ayam, burung dan sayuran dan hal ini sudah menjadi kebiasaan puluhan tahun. Pasar tumpah di pasar 17 Agustus sebenarnya tidak harus terjadi dan berkembang karena tempat di dalam pasar sudah tersedia oleh pihak pemerintah, jika pasar tumpah terus terjadi maka akan memberikan dampak negatif kepada banyak pengemudi kendaraan yang antri sampai bermenit-menit bahkan ada yang berjam-jam dan bisa menimbulkan kecelakaan karena pengendara tidak tertib sehingga perlu adanya ketegasan pemerintah yang serius tentang hal ini agar tidak menjadi kebiasaan pedagang yang terus berlanjut dan memicu terjadi bertambahnya pedagang-pedagang di luar pasar.

² Saliman, *Wawancara*, Pamekasan, 03 April 2019.

Keberadaan pasar tumpah telah membuka lapangan pekerjaan sehingga angka pengangguran dapat ditekan namun keberadaan pasar tumpah selain menguntungkan juga mendatangkan permasalahan baru. Kegiatan para pedagang dianggap sebagai kegiatan liar karena menggunakan ruang tidak sesuai dengan peruntukannya sehingga mengganggu kepentingan umum, seperti para pedagang yang menggunakan trotoar dan jalan sebagai tempat berdagang dan memarkirkan kendaraanya sebagai tempat berdagangnya bahkan lingkungan pasar tampak kotor dan kumuh,³ selain itu kemungkinan terjadinya persaingan tidak sehat antara pedagang yang membayar retribusi dengan tidak membayar retribusi sehingga juga berpengaruh kepada profit antara pedagang yang ada di dalam pasar dengan yang ada di depan pasar, dan disisi lain para pedagang yang berjualan di depan pasar 17 Agustus tidak mendapatkan perlindungan secara hukum sehingga membahayakan bagi mereka.

Menurut bapak Supriadi selaku kepala pasar 17 Agustus pihak pasar sudah memperingati kepada pedagang yang berada di pinggir jalan agar masuk kedalam namun pedagang masih saja bertahan dan tetap berjualan di tepi jalan bahkan pihak pemerintah Disperindag sudah bekerja sama dengan SATPOLPP dan dinas perhubungan (DISHUB) untuk menertibkan pedagang namun hal itu hanya berlaku sebentar dan kembali lagi seperti semula.⁴ Hal ini jelas melanggar UU No 22 Tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan, pasal

³ Wahyu Dwi Sutami, "Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional", *BioKultur*, Vol.1, No.2 (Juli- Desember, 2012), 127-148.

⁴ Supriadi, *Wawancara*, Pamekasan, 21 April 2019.

275 ayat (1) jo pasal 28 ayat (2) dan Peraturan Daerah nomor 5 tahun 2008 dan Peraturan Bupati nomor 31 tahun 2016 tentang penataan dan pemberdayaan pedagang kaki lima.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlu kebijakan dan langkah pembinaan yang mesti dilakukan, antara lain melakukan pembinaan terhadap perkembangan pasar tradisional secara menyeluruh dan berkesinambungan antara lain : melalui pembangunan dan *up grading (renovasi)* pasar tradisional, pelatihan manajemen pengelolaan pasar tradisional dan peningkatan pengetahuan dan kemampuan pedagang.⁵

Keberadaan pasar mendapatkan perhatian khusus dari Rasulullah SAW, hal itu ditandai dengan adanya pengawasan langsung yang dilakukan oleh Rasulullah SAW.⁶ Dalam menjalankan perniagaan di pasar, Rasulullah SAW memberikan ajaran untuk senantiasa menggunakan landasan ajaran islam, sebab tanpa didasari dengan ajaran islam manusia akan cendrung mengikuti hawa nafsunya supaya senantiasa melakukan kecurangan dalam perniagaan demi mendapatkan profit yang sebesar-besarnya. Supaya pasar bisa berfungsi dan terbebas dari penipuan, riba, kecurangan, ketidak adilan dan ketidak tertiban, maka Rosulullah SAW membentuk *hisbah* (pengawasan) terhadap pasar-pasar yang ada pada waktu itu. Rosulullah mengangkat Said ibn Ash ibn Muawiyah untuk menjadi *muhtasib* (pengawas) agar mengawasi pasar Mekkah, *hisbah* memiliki peranan yang sangat *urgen* untuk melakukan

⁵ Luh Kadek Budi Martini, dkk, *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Upaya Mengantisipasi Pertumbuhan Pasar Modern Di Bali*, Lembaga Penelitian Dan Pemberdayaan Masyarakat (Lppm), Unmas Denpasar (29-30 Agustus 2016), 2.

⁶ Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 71

pengawasan dan *regulasi* pada mekanisme pasar supaya tercipta mekanisme pasar yang adil dan kondusif, sehingga campur tangan pemerintah sangat penting.⁷

Dalam menjaga ketertiban pasar, berkenaan dengan perilaku seseorang islam memberikan pelajaran tentang hal itu di dalam etika bisnis islam yang perlu sesuai dengan lima prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam yaitu prinsip-prinsip etika bisnis yaitu prinsip *tauhid*, prinsip keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*), Prinsip kehendak bebas (*ikhtiar/free will*), Prinsip bertanggung jawab (*responsibility*), prinsip kebaikan (*Ihsan*),⁸ dan juga kesadaran dalam berbisnis karena berbisnis bukan hanya mencari keuntungan material semata, bukan hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dan berorientasi kepada sikap *ta'awun* (tolong menolong) dan taat pada aturan yang berlaku sehingga tidak harus merampas hak orang lain.⁹

Kunci etika dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup *Khusnul Khuluq*.¹⁰ Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membuka pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak

⁷ Analiantsyah, "Ulil Amri Dan Kekuatan Produk Hukumnya (Kajian Terhadap Perspektif Teungku Dayah Salafi Aceh Besar)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 02 (Desember 2014), 265-278.

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Pencbar Plus, 2012), 84.

⁹ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016), 332.

¹⁰ Rivai Veitzal, Nuruddin Amiur, Arfa Ananda Faisar. *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 3.

mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang *etis* dan *moralis* karena bisnis tidak akan bertahan hidup tanpa etika, sehingga kepentingan bisnis yang paling utama adalah mempromosikan perilaku etika kepada anggotanya dan juga masyarakat luas.¹¹

Dari permasalahan tersebut pemerintah harus mempunyai strategi pengelolaan yang baik dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 Agustus sehingga pasar tradisional 17 Agustus terlihat rapi dan tidak mengganggu kepada hak-hak orang lain seperti apa yang dituangkan dalam Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No.53 Tahun 2008 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern, yang bermuara pada perijinan yang diterbitkan oleh Pejabat Pemda setempat. Oleh sebab itu peneliti tertarik dan ingin meniliti lebih dalam mengenai “Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam)”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi berbagai permasalahan baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut ini:

1. Identifikasi
 - a. Penggunaan ruang publik bukan untuk semestinya
 - b. Parkiran kendaraan sembarangan

¹¹ Ibid., 10.

- c. Terjadinya pasar tumpah
 - d. Persaingan tidak sehat antara pedagang yang bayar retribusi dengan yang tidak bayar retribusi
 - e. Pencemaran lingkungan
 - f. Ketaatan kepada aturan pemerintah
 - g. Kotor dan kumuhnya pasar

2. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi pada permasalahan dalam penelitian ini maka perlu sebuah pembatasan masalah dalam rangka lebih terfokus dan terarah :

- a. Aturan tentang pengelolaan penertiban pedagang pasar 17 Agustus Pamekasan
 - b. Perilaku pedagang pasar tradisional di pasar 17 Agustus pamekasan
 - c. Upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional di pasar 17 agustus pamekasan
 - d. Etika bisnis Islam dalam memandang perilaku pedagang di Pasar 17 Agustus Pamekasan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?
 2. Bagaimana upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?
 3. Bagaimana persepektif etika bisnis islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan
 2. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan
 3. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar 17 Agustus Pamekasan

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek keilmuan (teoritis)
 - a. Dapat dijadikan referensi penelitian yang berkaitan dengan penelitian Prilaku pedagang pasar dalam perspektif etika bisnis islam.
 - b. Berguna untuk memperluas khazanah keilmuan bagi penulis sendiri, pembaca pada umumnya dan peneliti lain yang berkompeten dalam masalah ini.
 2. Aspek terapan (praktis)
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap pemerintah kabupaten pamekasan dalam melakukan strategi pengelolaan penertiban pedagang.
 - b. Hasil penelitian ini di harapkan menjadi kontribusi dan solusi dalam upaya menyikapi perilaku pedagang pasar dalam hal penertiban yang

tidak sesuai dengan aturan atau kebijakan khususnya pihak pemerintah kabupaten Pamekasan dan pada umumnya bagi kabupaten-kabupaten lain yang mempunyai permasalahan yang sama dalam menangani perilaku pedagang.

F. Kerangka Teoritik

1. Perilaku pedagang

Definisi perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud digerakan (sikap) tidak saja badan atau ucapan.¹² Perilaku pedagang adalah tindakan atau aktivitas dari pedagang itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain; berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya.¹³ Sedangkan perilaku pedagang yang bermakna lebih khusus adalah tindakan atau aktivitas dari pedagang yang menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perilaku pedagang bisa meliputi berbagai aspek kegiatan, diantranya adalah bagaimana cara berdagang, sikap apa yang ditunjukkan dalam berdagang, dan strategi apa saja yang dilakukan dalam berdagang. Pola-pola tersebut tentu sangat berkaitan dengan bentuk bentuk perilaku di atas, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam perilaku berdagang.

Perilaku pedagang di pasar tradisional menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu :

- a. Jumlah pedagang yang saling meningkat

¹² Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2009), 263.

¹³ Devos, *Pengantar Etika* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), 45.

Jumlah pedagang yang ingin berjualan di pasar tradisional dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada kebutuhan tempat yang juga semakin meningkat. Jika tempat tidak tersedia, maka timbul pemaksaan dan mengabaikan tata ruang pasar.

- b. Kesadaran yang rendah terhadap kedisiplinan, keberhasilan dan ketertiban. Para pedagang yang umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki kesadaran yang tinggi tentang perlunya kedisiplinan, kebersihan, dan ketertiban. Kondisi ini dibiarkan oleh para pengelola pasar tanpa ada keinginan untuk melakukan proses edukasi atau pelatihan secara berkala terhadap pedagang.
 - c. Pemahaman yang rendah terhadap konsumen selalu berubah-ubah, tetapi para produsen dan pedagang tidak bisa mengikutiinya karena terbatasnya pedagang pengetahuan dan informasi. Mereka pada umumnya berkembang secara alamiah tanpa ada persiapan untuk memasuki era persaingan.

2. Pengelolaan Pasar

Dalam hal pengelolaan pasar perlu memperhatikan beberapa hal yaitu:¹⁴

- a. Perencanaan tata ruang
 - b. Penataan Dagangan
 - c. Bangunan Pasar
 - d. Pengaturan Lalu lintas
 - e. Pencegahan Kebakaran

¹⁴ Anis Sumaria, "Kebijakan Pemerintah Dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten Naskah Publikasi" (Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014), 10.

f. Kebersihan Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar tradisional sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan pedesaan. Pada masyarakat pedesaan pasar dapat diartikan sebagai pintu gerbang yang menghubungkan masyarakat dengan dunia luar. Hal ini menunjukkan bahwa pasar mempunyai peranan dalam perubahan-perubahan yang berlangsung dalam masyarakat.¹⁵

Pada dasarnya permasalahan klasik pasar tradisional adalah kondisi pasar yang terlihat kumuh dan lemah dalam manajemen pengelolaanya, jika hal itu dibiarkan dan tidak segera ditanggapi oleh pihak pengelola pasar, bukan tidak mungkin pasar tradisional akan hilang dari peredaran di masyarakat dan posisinya tergantikan oleh pasar-pasar modern yang ada karena tidak mampunya dalam berkompetisi.

¹⁵ Lulud N Wicaksono, "Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Erlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10, No. 6 (Februari 2010), 4-6.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional, tujuan dari manajemen pasar tradisional antara lain :¹⁶

- a. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat.
 - b. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
 - c. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah.
 - d. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelanjaan dan toko modern.¹⁷

3. Peran Pemerintah dalam pasar

Pemerintah memiliki peran yang besar dalam pasar dimana pemerintah tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pengawas dan juga pengatur dalam pasar. Keterlibatan pemerintah dalam pasar adalah berkaitan dengan fungsi supervisi dan pengawasan (*al-hisbah*),¹⁸

Peran pemerintah dalam pasar secara garis besar dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:¹⁹

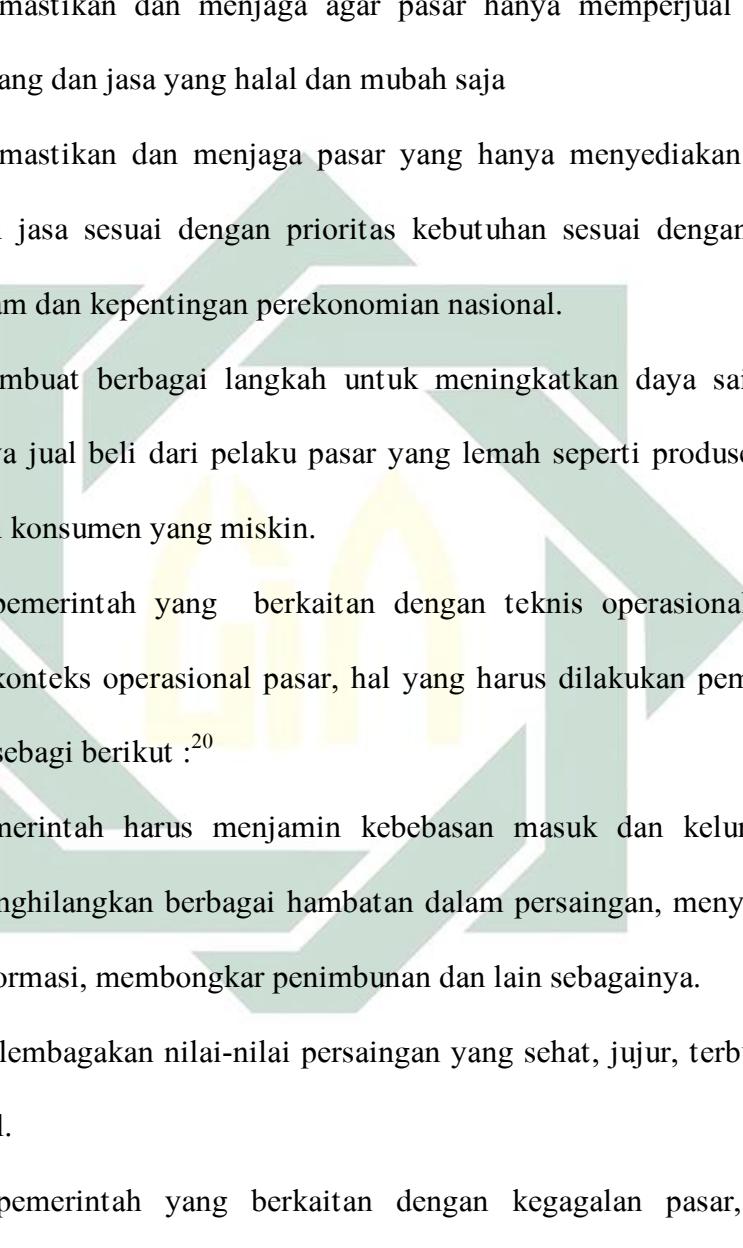
- a. Peran pemerintah yang berkaitan dengan implementasi nilai dan moral Islam, dibagi dalam kategori sebagai berikut :

¹⁶ Peraturan Menteri Perindustrian dan perdagangan, No. 3, 1998.

¹⁷ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012.

¹⁸ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 379.

¹⁹ Alimatul Farida, "Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No.7, 2

- 
 - 1) Memastikan dan menjaga implementasi nilai dan moral Islam secara keseluruhan.
 - 2) Memastikan dan menjaga agar pasar hanya memperjual belikan barang dan jasa yang halal dan mubah saja
 - 3) Memastikan dan menjaga pasar yang hanya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan prioritas kebutuhan sesuai dengan ajaran Islam dan kepentingan perekonomian nasional.
 - 4) Membuat berbagai langkah untuk meningkatkan daya saing dan daya jual beli dari pelaku pasar yang lemah seperti produsen kecil dan konsumen yang miskin.

Peran pemerintah yang berkaitan dengan teknis operasional pasar, dalam konteks operasional pasar, hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :²⁰

 - 1) Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan dalam persaingan, menyediakan informasi, membongkar penimbunan dan lain sebagainya.
 - 2) Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

Peran pemerintah yang berkaitan dengan kegagalan pasar, dalam menanggapi kegagalan pasar hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :

 - 1) Mengatasi masalah dengan berpedoman pada nilai-nilai keadilan.

²⁰ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 412.

- 2) Menguasai dan menyediakan barang-barang publik dan melarang penguasaan barang publik oleh perorangan.
 - 3) Melembagakan nilai dan moralitas Islam.

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.²¹ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara *partialistik* semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistik*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Etika bisnis islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk

²¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 84.

menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam adalah :

- a. Prinsip Tauhid
 - b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)
 - c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)
 - d. Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)
 - e. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)²²

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu di sini adalah beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang relevan dengan rencana penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, diantaranya:

1. Jurnal, Tahun 2018, ditulis oleh Alwi Musa Muzaiyin, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, dengan judul ‘’Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)’’, sama-sama meneliti tentang perilaku pedagang, perbedaannya penelitian ini lebih kepada perilaku pedagang dalam menjaga ketertiban sedangkan penelitian terdahulu lebih kepada perilaku pedagang dalam transaksi, lokasinya juga berbeda.
 2. Jurnal, Tahun 2014, ditulis oleh Siti Fatimah Nurhayati, dengan judul ‘’Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat’’, persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pasar tradisional dan

²² Rivai Veitzal, Nuruddin Amiur, Arfa Ananda Faisar. *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 52-92.

sama-sama menggunakan metode kualitatif dan perbedaannya penelitian terdahulu lebih kepada pengelolaanya sedangkan peneliti lebih kepada perilaku pedagang dan tempat penelitiannya.

3. Jurnal, Tahun 2017, disusun oleh Binsar, dengan judul “Partisipasi Pedagang Dalam Menjaga Ketertiban Pasar Kaget Minggu Di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar”, sama-sama meneliti tentang ketertiban dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya peneliti lebih kepada perilakunya dan dari segi etika bisnis islam serta tempat penelitiannya.

4. Skripsi, Tahun 2017, ditulis oleh Fariihah, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dengan Judul “Etika dan Prilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah”, persamaannya adalah dari segi perilaku pedagang dan perbedaan dengan penelitian ini adalah yaitu dari metode penelitiannya dan tempat penelitiannya.

Agar lebih mudah memahami tentang persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu maka bisa dilihat di tabel sebagai berikut :

Tabel. 1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian

| No | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1 | Etika dan Prilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah | Perilaku pedagang, membahas etika | Metode penelitian, lokasi penelitian |

| | | bisnis islam | |
|---|--|---|--|
| 2 | Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri) | Perilaku pedagang, membahas etika bisnis islam, metode penelitian | Perilaku pedagang lebih kepada transaksinya sedangkan peneliti lebih kepencertibannya, Lokasi penelitian |
| 3 | Partisipasi Pedagang Dalam Menjaga Ketertiban Pasar Kaget Minggu Di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar | ketertiban, metode penelitian, | Lebih kepada Partisipasi penelitian ini lebih kepada perilaku pedagannya, lokasi penelitian |
| 4 | Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat | Pasar tradisional, metode penelitian, | lebih kepada pengelolaanya sedangkan peneliti lebih kepada perilaku pedagang dan tempat penelitiannya. |

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu yang membahas metode ilmiah dalam mencari, mengembangkan, dan menggunakan kebenaran suatu pengetahuan.²³ atau strategi umum yang dipakai dalam mengumpulkan data dan menganalisis data serta menjawab persoalan yang dihadapi.²⁴

1. Jenis Penelitian

Merujuk pada permasalahan diatas, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan pendekatan ini peneliti melakukan penelitian dengan latar belakang alamiah atau sesuai dengan konteks yang

²³ Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rakasarin, 2000), 5.

²⁴ Arif Furchan, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan* (Surabaya: Usaha Nasional, 2002), 50.

ada.²⁵ Penulisan kualitatif adalah lebih menekankan analisis pada pengumpulan data deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan antara fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Hal ini bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif, akan tetapi penekanannya tidak pada pengkajian hipotesis, melainkan pada usaha menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis tentang Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam) sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan.²⁶

Deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dipihak lain kualitatif menunjuk segi alamiah yang dipertentangkan dengan kuantum atau jumlah tersebut, atas dasar pertimbangan itulah maka kemudian penelitian kualitatif tampaknya diartikan sebagai penelitian yang tidak mengadakan perhitungan.²⁷

²⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 4.

²⁶ Syaifuldin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2002), 5-6.

²⁷ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 15.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Dalam hal ini Nana Syaodih Sukmadinata menjelaskan bahwa studi kasus (*case studi*) merupakan studi penelitian yang dilakukan terhadap suatu kesatuan sistem. Kesatuan ini dapat berupa program, kegiatan, peristiwa atau sekelompok individu yang terkait oleh tempat, waktu, atau ikatan tertentu. Secara singkatnya, studi kasus adalah suatu penelitian yang diarahkan untuk menghimpun data, mengambil makna, memperoleh pemahaman dan kasus tersebut.²⁸

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan alat pengumpul data utama. Karenanya, dalam penelitian ini peneliti harus hadir dan terlibat di lapangan secara langsung agar dapat memperoleh seperangkat data atau informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Pada awal bulan Januari 2019 peneliti mendatangi Pasar 17 Agustus untuk melihat langsung permasalahan-permasalahan yang timbul khususnya perilaku pedagang yang melanggar aturan sehingga peneliti merasa menarik untuk diteliti dan mengajukan judul kepada pihak kampus setelah itu peneliti mengajukan judul ke pihak jurusan namun beberapa kali belum disetujui, selang beberapa bulan Alhamdulillah disetujui.

Peneliti melakukan penelitian di pasar 17 Agustus secara legal pada bulan Mei 2019, setiap hari pasaran yaitu hari ahad dan kamis peneliti melakukan wawancara kepada pedagang dan kepada pengelola pasar terkait

²⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 4.

fokus penelitian peneliti serta melihat langsung kegiatan-kegiatan para pedagang, terkadang selain hari tersebut peneliti melakukan wawancara kepada pihak pemerintah Dishub, SatpolPP dan Disperindag.

3. Lokasi Penelitian

Dalam hal ini lokasi yang dijadikan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di pasar tradisional pasar 17 Agustus, jalan pintu gerbang, kelurahan Bugih, karena pasar 17 Agustus merupakan salah satu pasar terbesar yang ada dikabupaten pamekasan serta berada di daerah kota.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian tetap, dan yang dipermasalahkan. Subjek penelitian dalam karya tulis ini adalah pedagang pasar tradisional pasar 17 Agustus.

Objek penelitian adalah menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang diteliti juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Untuk itu, objek penelitian dalam ini perilaku pedagang pasar 17 Agustus kabupaten pamekasan.

5. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.²⁹

Sumber data yang akan dijadikan pegangan dalam penelitian ini agar mendapatkan data yang konkret dan relevan meliputi:

²⁹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT.Remaja Rosdakarya, 2001), 112.

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data secara langsung. Sumber primer yang dimakasud adalah pedagang pasar 17 Agustus, pengurus pasar 17 Agustus, DISPERINDAG, DISHUB, SatpolPP dan Pembeli.

Tabel. 2

Daftar Nama Informan

| No | Nama | Keterangan |
|----|---------------------------|--|
| 1 | H. Yusuf, S.H. M. S, E | Kabid Trantibum Ketentraman dan ketertiban SatpolPP |
| 2 | Misyanto, S.Sos, M. M | Kasi pengawas Operasi dan pengendalian penertiban SatpolPP |
| 3 | Ajib Abdullah, ST, M.si | kepala Dinas Perhubungan Kabupaten Pamekasan |
| 4 | Achmad Gufron Hamdi, S. H | seksi perparkiran DisHub |
| 5 | Dedy Erik Farisi | staf pemungut retrebusi |
| 6 | Saliman S, E | kepala seksi pendapatan pasar di Disperindag |
| 7 | Hendra | pedagang burung love bird |
| 8 | Samiyah | pedagang sayuran |
| 9 | Kardi | pedagang hewan kambing |
| 10 | Hosni | pedagang ayam |
| 11 | Eko | Pedagang tanaman hiass |
| 12 | Rahmat | Pembeli |
| 13 | Musrifah | Pembeli |
| 14 | Saryani | pedagang sayuran |
| 15 | Habibah | Pedagang toko |
| 16 | Yakfi | Pedagang sandal |
| 17 | Sahama | Pedagang Nasi |
| 18 | Siman | Pedagang Batu akik |
| 19 | Rahma | Pedagang Minuman |
| 20 | Qosim | Pedagang Bebek |
| 21 | Muhtar | Anak Ayam warna-warni |

| | | |
|----|---------------|--------------------|
| 22 | Safi'eh | Pedagang Burung |
| 23 | Sunarto | Pedagang Kambing |
| 24 | Kusairi | Pedagang Ayam |
| 25 | Fathor Rahman | Petugas kebersihan |
| 26 | Supriadi | Kepala Pasar |

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder adalah yang digunakan guna untuk mendukung sumber data primer untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan dari data primer.³⁰ Sumber data sekunder dari penelitian ini mencakup dari data-data yang diperoleh dari literatur-literatur dan kajian akademik yaitu 54 buku, 19 jurnal, 1 tesis, 2 skripsi, 1 Surat kabar, perda, perbup dan Al-Quran serta Hadits.

6. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian faktor pengumpulan data merupakan suatu hal yang sangat penting guna memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Mengingat pentingnya pengumpulan data dalam penelitian, maka peneliti dituntut untuk mampu menentukan metode pengumpulan data yang tepat dalam proses penelitian yang akan berlangsung.

³⁰ Sofuan Jauhari, *Keuangan Inklusif untuk Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro*, (Surabaya:UINSA), 14.

Untuk menjawab permasalahan penelitian, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi (jelas apa objeknya, tempatnya) atau dokumentasi, sambil mencatat, merekam suara atau gambar (foto).³¹

Oleh sebab itu, untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Observasi³²

Observasi adalah proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematik terhadap obyek yang diteliti, sengaja dan terencana bukan hanya kebetulan dan melihat sepintas, deskripsi rinci, termasuk konteks di mana pengamatan dilakukan.

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan peneliti adalah mengamati kegiatan para pedagang pasar secara langsung serta melakukan identifikasi terkait perilaku pedagang pasir 17 Agustus.

b. Wawancara (*interview*)³³

Metode wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian. Peneliti melakukan wawancara pada saat hari pasaran yaitu minggu dan kamis dengan 15 pedagang pasar 17 Agustus, satu pedagang samping pasar 17 Agustus secara tidak terstruktur, dan dengan tiga pengurus pasar 17 Agustus,

³¹ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: UMM Press, 2010), 96.

³² Ibid., 65.

³³ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups; Sebagai Instrumen Panggilan Data Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 25.

satu pihak DISPERINDAG, dua pihak DISHUB dan dua pihak SatpolPP dan dua Pembeli dengan cara terstruktur melalui perjanjian jadwal dulu.

c. Metode Dokumentasi³⁴

Metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data-data dari sumber penelitian, berupa dokumen ataupun catatan-catatan lain yang terkait dengan perilaku pedagang pasar 17 Agustus. Data yang terkait kepada fokus penilitian yaitu berupa Peraturan Bupati Nomer 31 Tahun 2016 dan Peraturan Daerah Nomer 5 Tahun 2008.

7. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul, maka selanjutnya yaitu pengelolahan data yaitu:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan ulang dari semua data yang telah diperoleh dari segi kelengkapan, kejelasan makna, keselarasan data yang ada serta relevan dengan penelitian. Dalam Penelitian ini peneliti melakukan editing dengan cara mengumpulkan data-data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi terkait perilaku pedagang dan membuang data-data yang tidak sesuai dengan rumusan masalah.
 - b. *Organizing*, menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.

³⁴ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 66.

Dalam *Organizing* peneliti melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian, untuk analisis serta menyusun data untuk memudahkan penulis dalam menganalisis data.

- c. *Penemuan hasil*, yaitu menganalisis data yang telah diperoleh oleh peneliti untuk disimpulkan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

Dalam penemuan hasil, peneliti setelah melakukan editing dan organizing, mengolahan data dari yang didapat dilapangan sehingga mendapatkan hasil yang dicari oleh peneliti tentang perilaku pedagang pasar 17 Agustus kabupaten Pamekasan.

Agar lebih mudah pemahaman maka bisa ditampilkan tabel sebagai berikut:

Tabel data, Sumber data dan pengumpulan data

Tabel. 3

| No | Data | Sumber Data | Teknik Pengumpulan Data |
|----|-------------------------|--|---------------------------------|
| 1 | Profil Pasar 17 Agustus | Pihak Disperindag dan Pengelola Pasar | Wawancara dan Observasi |
| 2 | Perilaku Pedagang Pasar | -Pengelola Pasar -Dishub -SatpolPP -Pembeli -Pedagang | Wawancara Observasi Dokumentasi |
| 3 | Upaya Pemerintah | -Pengelola Pasar -Dishub -SatpolPP -Pembeli -Pedagang -Tokoh Agama dan Masyarakat | Wawancara Observasi Dokumentasi |

| | | | |
|---|--------------------|--|---------------------------------------|
| 4 | Etika Bisnis Islam | <ul style="list-style-type: none"> -Pengelola Pasar -Dishub -SatpolPP -Pembeli -Pedagang -Tokoh Agama dan Masyarakat | Wawancara Observasi Dokumentasi |
|---|--------------------|--|---------------------------------------|

8. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, untuk mengecek keabsahan data-data yang telah didapat, maka digunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan nara sumber akan semakin akrab, semakin terbuka saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.³⁵

Dalam penelitian ini peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dengan terus menerus mengamati kegiatan-kegiatan para pedagang pasar 17 Agustus agar data yang diperoleh betul-betul valid serta wawancara kepada pihak nara sumber kembali saat data yang diperoleh kurang masuk dalam fokus penelitian.

b. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 271.

kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.³⁶

Dalam penelitian ini peneliti melakukan meningkatkan ketekunan dengan terus mendekati nara sumber dan selalu komunikasi kepada nara sumber apabila ada hal-hal yang diperlukan terkait fokus penelitian.

c. Triangulasi

Triangulasi berarti pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan triangulasi dengan mencari hasil wawancara yang tidak sama sehingga mengambil wawancara yang lebih banyak, seperti halnya dalam upaya pemerintah menyikapi perilaku pedagang ternyata dilapangan ada yang tidak sama dengan wawancara.

d. Analisis kasus negatif

Analisis kasus negative berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis kasus negatif dengan mengumpulkan data yang bertentangan. Seperti pada penemuan hasil wawancara pedagang tentang prinsip bertanggung jawab yaitu ada 13 pedagang yang tidak melakukan dengan 2 pedagang yang melakukan.

36 Ibid., 272.

e. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Data tentang interaksi manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bahan refrensi yaitu dengan merekam nara sumber saat sedang memaparkan jawaban pertanyaan wawancara sebagai bukti dan didokumenkan melalui gambar foto saat wawancara.

f. Membercek

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan membercek yaitu dengan mengecek semua hasil dari lapangan baik dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi untuk segera bisa dianalisis.

9. Teknik Analisis Data

Proses analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan mulai sebelum terjun ke lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan. Tetapi dalam penelitian kualitatif penganalisisan data lebih difokuskan selama proses dilapangan pada saat pengumpulan data.

Miles and Huberman dalam buku yang ditulis oleh Sugiyono, dikemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Apabila jawaban dirasa kurang, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaannya lagi hingga mendapatkan data atau informasi yang lebih kredibel.³⁷

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model dari Miles dan Huberman, berikut langkah-langkahnya:

a. Pengumpulan Data

Hal pertama yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengumpulkan hasil dari wawancara pedagang pasar, SatpolPP, Disperindag dan Dishub serta observasi, dan beberapa dokumen yang disesuaikan dengan masalah penelitian.

b. Reduksi Data

Setelah melakukan pengumpulan data maka peneliti memilih dan memilah, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan tidak sesuai dengan fokus penelitian dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan.

c. Penyajian Data

Penyajian data yaitu suatu rangkaian pengorganisasian informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Dalam hal ini

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 237.

peneliti menyajikan data yang sesuai dengan fakta yang ada di pasar 17 Agustus dan teori yang sesuai dengan fokus penelitian.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

10. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang ditempuh oleh peneliti adalah dengan cara mengakatagorikan kedalam tiga tahapan yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data:

a. Tahap Pra Lapangan

Diantara tahap pra lapangan yang dapat dilakukan oleh seorang peneliti sebelum memasuki lapangan yaitu:³⁸

- 1) Menyusun Rancangan Penelitian.
 - 2) Memilih Lapangan Penelitian.
 - 3) Mengurus Perizinan.
 - 4) Menjajaki dan menilai lapangan.
 - 5) Memilih dan memanfaatkan informan.
 - 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian.
 - 7) Menjaga etika penelitian.

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Ada beberapa hal yang dilakukan peneliti pada tahap ini antara lain:

³⁸ Moleong, *Metodelogi Penelitian*, 127 – 134.

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
 - 2) Memasuki lapangan penelitian.
 - 3) Mengamati sambil mengumpulkan data.

c. Tahap Analisis Data

- 1) Membuat catatan lapangan.
 - 2) Membuat catatan penelitian.
 - 3) Mengelompokkan data yang sejenis.
 - 4) Melakukan interpretasi dan penguatan.

d. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan ini berisi tentang kerangka dan isi laporan hasil penelitian. Adapun mekanisme yang diambil dari penyusunan laporan ini disesuaikan dengan buku panduan tentang penulisan karya ilmiah yang diatur oleh Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penyusunan sebagai salah satu kegiatan yang terprogram dan merupakan program yang harus di tempuh oleh Mahasiswa pasca Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan nantinya penyusunan laporan ini akan dijadikan sebagai bahan acuan dan dilanjutkan bentuk tesis yang tentunya sudah disahkan oleh pembimbing. Penyusunan laporan tesis dengan penelitian di pasar 17 Agustus kabupaten Pamekasan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan jaminan bahwa pembahasan yang termuat dalam penulisan ini benar-benar mengarah kepada tercapainya tujuan yang ada maka

penulis membuat sistematika agar penyusunan tesis terarah sesuai dengan bidang kajian, dalam tesis ini dibagi menjadi lima bab, dari lima bab terdiri dari beberapa sub bab, dimana antara satu dengan yang lainnya saling berhubungan sebagai pembahasan yang utuh, adapun isi pembahasannya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teoritik, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisi tentang landasan teori yang diambil dari beberapa literatur dan penelitian terdahulu tentang Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam).

BAB III: PAPARAN DATA

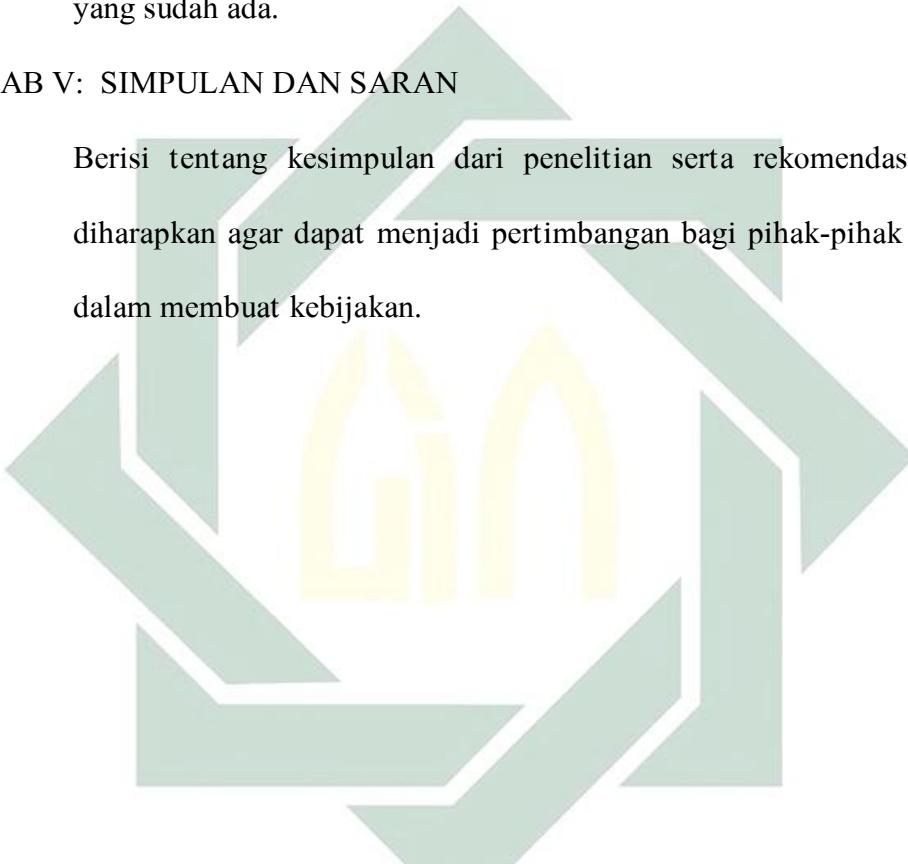
Berisi penjelasan tentang penyajian data di lapangan yang menggambarkan mengenai gambaran umum tentang Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan dan upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 agustus serta etika bisnis islam dalam memandang perilaku pedagang pasar 17 Agustus.

BAB VI : PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Berisi tentang hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah tentang Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan dengan menggunakan landasan teori dan hasil penelitian yang sudah ada.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta rekomendasi yang diharapkan agar dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak terkait dalam membuat kebijakan.



BAB II

PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.²

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.³

¹ Zakiyah dan Bintang Wirawan, "Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)", *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 4, 331.

² <http://kbbi.web.id/perilaku>, 28 Mei 2019.

³ Rokmad Prastowo, "Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan"(Skripsi Universitas Sebelas Maret, 2008), 30.

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.⁴

Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang Pengertian perilaku ini, berikut daftar pengertian menurut para ahli di bidangnya.

- a. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.
 - b. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecendrungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
 - c. Menurut Chief, Bogardus, Lapierre, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecendrungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.
 - d. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan.

⁴ Devos, *Pengantar Etika* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), 27.

Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut.

e. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses yang diantaranya ialah *Respondent Respon* atau *Reflexive*, Stimulus semacam ini disebut *electing stimulaton* karena menimbulkan respon respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah *Operant Respon* atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulus* atau *reinforce* karena dapat memperkuat respon.⁵ yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan rangsangan (stimulus) tertentu.

Dalam buku lain diuraikan bahwa perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian

⁵ Anies, Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 11-12.

diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar. Menurut Moefad salah satu dosen UIN Sunan Ampel Surabaya perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan yang kuat dari diri dalam diri seseorang itu sendiri.⁶

Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah segala tingkah laku yang dilakukan oleh pedagang pasar di pasar 17 Agustus mengenai ketertibannya serta menurut persepektif etika bisnis islam.

2. Pengertian pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.⁷ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.⁸

Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara

⁶ M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social* (Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKABA, 2007), 17.

⁷ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS* (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), 231.

⁸ C.S.T. Kensil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 15.

langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.

b. Pedagang menengah/ agen/ grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/ perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor

c. Pedagang eceran/ pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

3. Pengertian Perilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi , harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.⁹

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatar belakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang

⁹ Damsar, *Sosioologi Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), 41.

tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁰

Perilaku pedagang harus mengetahui hal-hal yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli dengan melalui proses pertukaran. Proses pertukaran melibatkan kerja, penjual harus mencari pembeli, menemukan dan memenuhi kebutuhan pembeli, merancang produksi yang tepat, menentukan harga yang tepat, menyimpan dan mengangkutnya, mempromosikan produk tersebut, menegosiasikan dan sebagainya, semua kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh pembeli yang lebih banyak dan dagangan agar cepat terjual.

Perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.

¹⁰ Wazin, "Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1, No.1 (Januari- Juni 2014), 13.

Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Prilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang dagangannya, sebelum ada pengumuman resmi dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal diataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau prilaku pedangan yang diambil pada isu kekinian.

Indikator-indikator yang mempengaruhi perilaku pedagang. Ada beberapa indikator-indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang diantaranya ialah:

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.¹¹

¹¹ Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), 23.

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Keramahan

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

d. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pembeli apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under delivered* terhadap janji-janjinya.

e. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli

secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas.

Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.

f. Empati Pada Pelanggan

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

g. Persaingan Sesama Pedagang

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

h. Pembukuan Transaksi

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

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebijakan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.¹²

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:¹³

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan. Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang- barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya.

b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.

Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah

¹² Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 5.

¹³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 173.

meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan *bai'y gharar* (jual beli yang mengandung ketidak jelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.

d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan di bawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku

dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Diantara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.

e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor *eksploitasi*. Tindakan eksplorasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitan dengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal pedagang menuju akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhan-Nya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhan-Nya.

Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Istilah pasar telah mendapat banyak arti selama bertahun-tahun. Dalam pengertian dasar, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk saling melakukan pertukaran atas barang dan jasa.¹⁴

Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang pasar tidak lagi memiliki batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain.¹⁵ Maka dalam ekonomi modern, pasar lebih dipahami sebagai suatu institusi yang menjadi ajang operasi kekuatan-kekuatan yang menentukan harga.

Sa'id Taufiq Ubaid mendefinisikan pasar sebagai media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan mendistribusikan barang dan jasa dari satu pihak ke pihak yang lain.¹⁶

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 1997), 226.

¹⁵ Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, terj. Gunawan Hutaaruk (Jakarta: Erlangga, t.t), 5.

¹⁶ Mubarak bin Sulaiman bin Muhammad Ali Sulaiman, *Ahkam al-Ta'a mul fi al-Aswaq al-Maliyah al-Mu'asirah* (Riyad: Dar Kunuz Ishbiliya, 2005), 28.

Sedangkan Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners mendefinisikan pasar sebagai suatu sistem mengalokasikan sumber daya dan menyiratkan informasi tentang nilai-nilai relatif mereka. Ia juga merupakan sistem yang mendistribusikan pendapatan sesuai dengan jumlah dan nilai pasar sumber daya yang dimiliki. Sistem pasar adalah suatu sistem dimana terdapat pengambilan keputusan yang *terdesentralisasi*. Pada dasarnya, ia melibatkan koordinasi spontan oleh jutaan peserta.¹⁷

Adiwarman A. Karim juga memberikan definisi pasar, yaitu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli; pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menyewakan atau menjual asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu.¹⁸

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa secara umum pasar memiliki dua pemahaman, yaitu klasik dan modern. Dalam pemahaman klasik, pasar diartikan sebagai tempat yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran atas barang dan jasa. Sedangkan dalam pemahaman

¹⁷ Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners, *Intermediate Microeconomics Theory*, ed. terj. Haris Munandar, Teori Mikro ekonomi Intermediate (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 5.

¹⁸ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 6.

modern, pasar adalah media yang dapat mewadahi operasi permintaan dan penawaran atas barang dan jasa.

2. Fungsi Pasar

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah yang telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Hal ini ditunjukkan oleh praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan *Khulafa al-Rashidiin* bahwa pasar memiliki peranan pasar yang cukup besar. Oleh karenanya Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *prince intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar.¹⁹

Tidak hanya dalam ekonomi Islam, dalam ekonomi konvensional pun baik *kapitalis* maupun *sosialis*, pasar merupakan fasilitas publik yang vital dalam perekonomian. Sehat atau tidaknya suatu sistem ekonomi dapat dilihat salah satunya dari cara kerja pasar yang dimilikinya.

Pada dasarnya pasar tidak akan pernah dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi, baik negara maupun individu. Hampir segala upaya yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhannya akan barang dan jasa dilakukan dengan bertransaksi dengan para pelaku ekonomi lainnya. Oleh karena itu pasar adalah urat nadi dan barometer bagi suatu perekonomian dan dapat

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 301.

dikatakan bahwa pasar dalam sebuah sistem ekonomi merupakan sebuah keniscayaan yang sudah seharusnya ada.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa pasar berfungsi membantu para pelaku ekonomi untuk saling memenuhi kebutuhan mereka yang berbeda-beda. Hal ini diungkapkan oleh Al-Ghazali dalam kitab *Ihya' 'Ulum al-Din* yang menjelaskan bagaimana asal mula pasar terbentuk yang kemudian dikenal dengan *the theory of market evolution*:

“Mungkin saja petani hidup ketika peralatan pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup di tempat yang tidak memiliki lahan pertanian. Jadi petani membutuhkan pandai besi dan tukang kayu, dan mereka pada gilirannya membutuhkan petani. Secara alami masing-masing akan ingin untuk memenuhi kebutuhannya dengan memberikan sebagian miliknya untuk dipertukarkan. Dapat pula terjadi tukang kayu membutuhkan makanan dengan menawarkan alat-alatnya, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut. Atau jika petani membutuhkan alat-alat, tukang kayu tidak membutuhkan makanan. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu secara alami pula orang akan ter dorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak dan tempat penyimpanan hasil pertanian dilain pihak. Tempat inilah yang kemudian didatangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar”.²⁰

Richard A. Bilas secara terperinci juga menjelaskan fungsi pasar sebagai berikut:²¹

- a. Pasar menetapkan nilai. Dalam ekonomi pasar, harga merupakan alat pengukur nilai. Pertanyaan “barang apakah yang akan diproduksi?” merupakan masalah yang sudah berabad-abad dipersoalkan orang. Maka jawaban dari pertanyaan tersebut tentu adalah “Hal tersebut ditentukan oleh konsumen.” Selain itu adalah sejauh mana kemampuan konsumen untuk membeli barang produksi tersebut.
 - b. Pasar mengorganisasi produksi. Caranya adalah lewat faktor biaya. Dalam teori harga diasumsikan bahwa kita mempergunakan metode produksi yang paling efisien. Atau dari semua metode produksi,

²⁰ Abu Hamid bin Muhammad bin Muhammad al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-Din*, juz 3 (Beirut: Dar al Ma'rifah, t.t), 227.

²¹ Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, terj. Gunawan Hutaaruk (Jakarta: Erlangga, t.t), 5.

pengusaha (yakni orang yang mengorganisasi produksi) akan memilih metode yang dapat memaksimisasikan rasio antara output produk dengan input sumberdaya yang diukur dengan uang. Fungsi kedua inilah yang menjawab pertanyaan “bagaimana cara menghasilkan barang dan jasa?”.

- c. Pasar mendistribusikan produk. Hal ini menyangkut pertanyaan “untuk siapa barang dihasilkan?” dan pertanyaan ini dijawab lewat pembayaran kepada sumberdaya. Mereka yang menghasilkan paling banyak akan menerima pembayaran paling banyak pula. Lepas dari warisan, nepotisme dan lain sebagainya, kita dapat melihat secara teoritis, tenaga dan sumber daya lain dibayar sesuai dengan apa yang dihasilkannya.
 - d. Pasar menyelenggarakan penjatahan (*rationing*). Penjatahan adalah inti dari terjadinya harga, sebab penjatahan membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia.
 - e. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk keperluan di masa yang akan datang. Tabungan (*saving*) dan investasi (*investment*) semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

3. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.²²

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia yang dikutip oleh Galuh Oktavina, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan

²² Peraturan Menteri Perdagangan ,*Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Nomor 70, 2013, 4.

produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan *home industri* (industri rakyat). Menurut Geertz yang dikutip oleh Galuh Oktavina berpendapat bahwa pasar tradisional menunjukkan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat *indigenous market trade*, sebagaimana telah dipraktikkan sejak lama (mentradisi). Pasar tradisional lebih bercirikan bazar *type economic* skala kecil. Karenanya, pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah. Tidak kalah pentingnya, pasar tradisional terbukti memberikan kesempatan bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah dan juga terdapat payung hukum.²³

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

²³ Ni Komang Devayanti Dewi, "Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan", *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1, (2018), 2.

ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.²⁴

Dari beberapa pengertian di atas, pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:²⁵

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
 - b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
 - c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
 - d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari

²⁴ Siti Fatimah Nurhayati, "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 18, No. 1.(Juni 2014), 49-56.

²⁵ E-journal.uajay.ac.id/835/3/2TA1204.pdf, (21 Mei 2019), 23

daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.²⁶

Dari berbagai ciri-ciri di atas, Pasar 17 Agustus memenuhi ciri-ciri pasar tradisional yang telah ditentukan oleh menteri perdagangan Indonesia. Lahan dan bangunan Pasar 17 Agustus dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Pamekasan.

Pada Pasar 17 Agustus juga terdapat sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Proses tawar menawar inilah yang membuat antara pedagang dan pembeli memiliki ikatan sosial. Selain itu, proses tawar menawar antara penjual dan pembeli cukup mempengaruhi ramainya stan atau kios yang berada di pasar tersebut.

4. Pengelolaan Pasar Tradisional

Dalam pengelolaan pasar tradisional yang perlu dilakukan adalah :

a. Perencanaan tata ruang

Pola perletakan berbagai prasarana dan sarana yang ada telah harus mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain:²⁷

- 1) Memiliki pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam pasar dan memiliki tempat parkir kendaraan yang mencukupi sehingga keluar masuknya kendaraan tidak macet.
 - 2) Distribusi pedagang harus merata atau tidak menumpuk di satu tempat

²⁶ Diaul Muhsinat , Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng di Kab. Bulukumba)" (Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2016), 14.

²⁷ Anis Sumaria, "Kebijakan Pemerintah Dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten Naskah Publikasi" (Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014), 10.

- 3) Memiliki ketersediaan jumlah kios dan los yang memadai untuk para pedagang
 - 4) Memiliki tempat penimbunan sampah sementara (TPS) yang mencukupi
 - 5) Terdapat berbagai fasilitas umum: ATM Centre, pos jaga kesehatan, mushola, toilet, dll.
 - 6) Tempat pemotongan ayam yang terpisah dari bangunan utama

b. Penataan Dagangan

Perlu adanya jenis tempat berdagang bagi pedagang untuk berjualan barang dagangannya. Jenis tempat tersebut dapat berupa kios dan lapak.²⁸

c. Bangunan Pasar

- 1) Bangunan fisik pasar yang kuat²⁹
 - 2) Terdapat sirkulasi udara dan pencahayaan yang baik sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi para pengunjung dan dapat menghemat energi karena tidak diperlukan penerangan tambahan.
 - 3) Lantai disemen sehingga tidak becek apabila ada air yang menggenang

d. Pengaturan Lalu lintas

Untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung pasar maka pengaturan lalu lintas dilakukan sebagai berikut:

²⁸ Arip Rahman Sudrajat, dkk, "Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang", *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*, Vol. 6, No. 1, (2018), 53-67.

²⁹ Heru Sulistyoro, Budhi Cahyono, "Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat Di Kota Semarang", *Jurnal EKOBIS*, Vol. 11, No. 2, (Juli 2010), 516- 52.

- 1) Kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar.
 - 2) Terdapat jalan yang mengelilingi pasar dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat pedagang dan memiliki
 - 3) lajur guna menghindari penumpukan/antrian.

e. Pencegahan Kebakaran Pencegahan dan perangkat penanggulangan kebakaran dilakukan dengan penyediaan tabung pemadam pada setiap grup kios. Hidran untuk armada pemadam kebakaran harus tersedia di tempat yang mudah dijangkau.³⁰

f. Kebersihan Pasar Tradisional

Untuk menjaga kebersihan pasar, maka model penataan pasar tradisional yang tepat adalah dengan dengan adanya pengelolaan sampah yang baik. Sampah-sampah pasar yang tidak terpakai dapat dikumpulkan kemudian diolah kembali. Untuk menjaga kebersihan maka pihak pengelola pasar dapat menyediakan tempat sampah yang disediakan di tempat yang strategis sehingga pembeli ataupun pedagang yang akan membuang sampah dapat membuangnya di tempat sampah yang telah disediakan.³¹

³⁰ Rahman Syahputra, "Manajemen Optimalisasi Pengelolaan Pasar Tradisional", *Jurnal Demokrasi & Otonomi Dacrah*, Vol. 14, No. 3, (September 2016), 157-236.

³¹ Choirum Rindah Istiqaroh, Yowandasa Angga, "Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Madiun Dan Upaya Peningkatannya", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 2, (September 2012), 6

C. Peran Pemerintah dalam Pasar

Mentaati perintah *ulil amri* adalah hal keharusan selama perintah tersebut tidak melanggar pada aturan agama dan aturan-aturan yang berlaku, sehingga di dalam al-Quran surat An-Nisa 59, Allah berfirman:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ إِمْتُنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَئِكَ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنْزَعُّمُ فِي شَيْءٍ فَرْدُوْهُ إِلَى

اللَّهُ وَالرَّسُولُ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحَسْنُ تَأْوِيلًا

"Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."³²

Para Jumhur Mufasir mengkategorikan para pemimpin, amir dan kepala negara, termasuk dalam rangking ke atas sebagai golongan ulil amri yang Allah telah mewajibkan kepada kaum muslimin untuk ditaati dan dibela.

Banyak hadits Rasulullah saw yang bertalian dengan masalah ini, antara lain diriwayatkan oleh Imam Muslim di dalam shahihnya: “Engkau wajib mendengar dan taat dalam keadaan sulit atau mudah, dalam keadaan senang atau terpaksa dan harus engkau utamakan melebihi dirimu”.

Kesimpulannya bahwa status pemimpin dalam Islam, hubungan antara pemimpin dengan rakyatnya, serta uraian tentang hak pemimpin untuk ditaati, maka dapat dilihat bahwa dalam Islam, dituntut adanya sikap taat dari rakyat

³² Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, 50.

kepada pemimpinnya, karena rakyat sendiri yang mengangkatnya sebagai kepala negara.

Dalam urusan birokrasi pasar pemerintah memiliki kewenangan dalam memperbaiki mekanisme pasar jika terjadi kegagalan. Campurtangan pemerintah mempunyai beberapa tujuan penting seperti yang dinyatakan dibawah ini

1. Mengawasi agar *eksternalisasi* kegiatan ekonomi yang merugikan dapat dihindari atau akibat buruknya dapat dikurangi
 2. Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan biaya yang murah.
 3. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan yang besar yang dapat mempengaruhi pasar, agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.
 4. Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan dan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.
 5. Memastikan agar kegiatan ekonomi yang dapat diwujudkan dengan efisien.

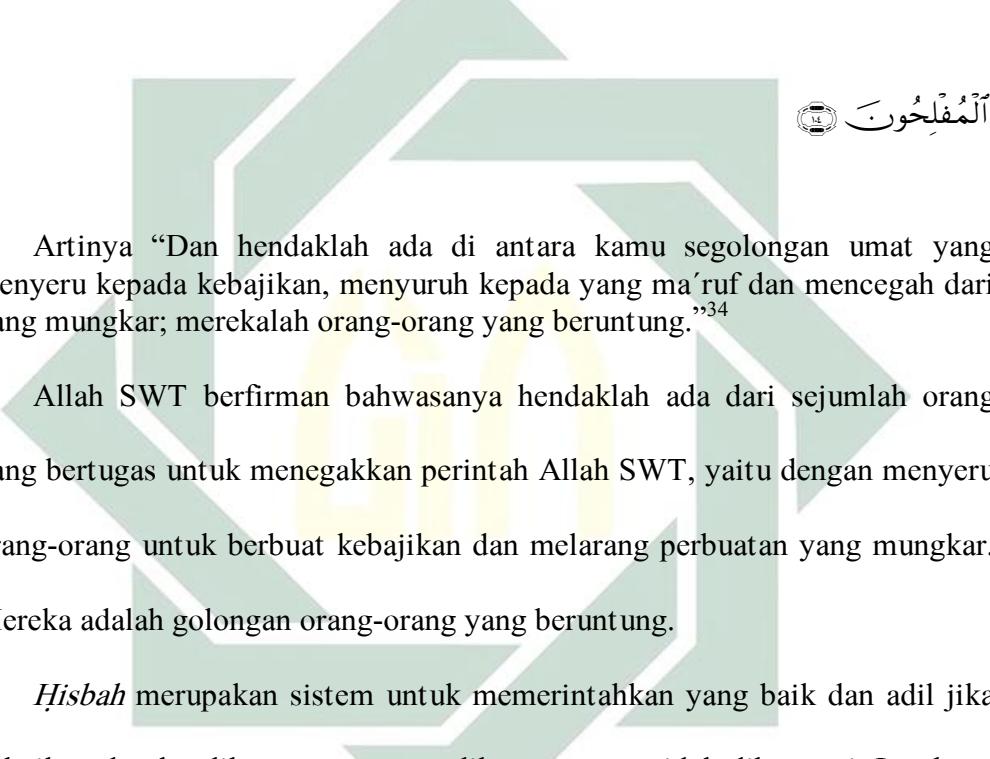
Campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi dapat dibedakan dalam tiga bentuk :

1. Membuat dan melaksanakan peraturan perundang-undagan
 2. Secara langsung melakukan beberapa kegiatan ekonomi (membuat perusahaan)

3. Melakukan kebijakan *fiskal* dan *moneter*.³³

Islam mengatur dan mengawasi pasar secara ketat. Salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pasar adalah *hisbah*. Landasan hisbah Sebagaimana Firman Allah: QS. Al Imran Ayat 104 yaitu :

وَلْتَكُن مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْحَيْثِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعِرْفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ



Artinya “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar; mereka lah orang-orang yang beruntung.”³⁴

Allah SWT berfirman bahwasanya hendaklah ada dari sejumlah orang yang bertugas untuk menegakkan perintah Allah SWT, yaitu dengan menyeru orang-orang untuk berbuat kebajikan dan melarang perbuatan yang mungkar. Mereka adalah golongan orang-orang yang beruntung.

Hisbah merupakan sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika kebaikan dan keadilan secara nyata dilanggar atau tidak dihormati. Lembaga ini juga melarang kemungkaran dan ketidakadilan ketika hal tersebut dilakukan. Berkaitan dengan mencegah terjadinya kemungkaran ini, salah satu wewenang lembaga hisbah adalah mencegah penipuan di pasar, seperti masalah kecurangan dalam timbangan, ukuran ataupun pencegah penjualan barang yang rusak, serta tindakan tindakan yang merusak moral.

³³ Sadono sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 412.

³⁴ Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, 63.

Cikal bakal *hisbah* sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW, ditandai dengan ditunjuknya seorang *muhtasib* diberbagai tempat. *Hisbah* mulai dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Umar bin Khattab dengan cara menunjuk seorang perempuan untuk megawasi pasar dari tindakan-tindakan penipuan.³⁵

Ada dua hal yang sering terjadi perbedaan pendapat, yaitu :

1. *Intervensi Pasar*

Menurut Islam, negara memiliki hak untuk melakukan *intervensi* dalam kegiatan ekonomi, baik dalam bentuk pengawasan, pengaturan, maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. *Intervensi* oleh pemerintah bisa karena faktor alamiah maupun non alamiah.³⁶

Intervensi dengan cara membuat kebijakan yang dapat mempengaruhi dari sisi permintaan dan penawaran biasanya dikarenakan distorsi pasar karena faktor alamiah. Apabila distorsi pasar terjadi karena faktor nonalamiah, kebijakan yang ditempuh salah satunya dengan *intervensi* harga di pasar.³⁷

Menurut Ibnu Taimiyah, *Intervensi* penting dilakukan karena produsen tidak ingin menjual produknya, kecuali dengan harga yang lebih tinggi daripada harga umum di pasar, padahal konsumen membutuhkan produk

³⁵ Sukarno wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka setia, 2013), 206.

³⁶ M. Arif Hakim, Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar, *Jurnal Istishadia*, Vol. 8, No. 1 (Maret , 2015), 37.

³⁷ Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2, (2015), 177-192.

tersebut. Dengan kata lain, produsen menawarkan produknya pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen. Pemilik jasa, misalnya tenaga kerja, menolak untuk bekerja, kecuali pada harga yang lebih tinggi dari pada harga pasar yang berlaku, padahal masyarakat membutuhkan jasa tersebut. Ibnu Qudamah Al-Maqdisi, tahun 1374 M mempertegas bahwa *intervensi* harga menyangkut kepentingan masyarakat dalam rangka mencegah *ikhtikar* untuk melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.

2. *Regulasi* Harga

Regulasi harga sebenarnya merupakan hal yang tidak populer dalam khazanah pemikiran ekonomi Islam, sebab regulasi harga yang tidak tepat dapat menciptakan ketidakadilan. *Regulasi* harga diperkenankan pada kondisi-kondisi tertentu dengan tetap berpegang pada nilai keadilan.³⁸

Baqir As-Sadr menjelaskan bahwa jika pasar tetap bekerja dengan sempurna tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga. Penetapan harga akan *mendistorsi* harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar. Pada masa rasul dan masa ke khalifaan Umar bin Khattab ra. kota madina pernah mengami kenaikan tingkat harga barang-barang (misalnya gandum) sehingga menurunkan pasokan di pasar karena kegagalan panen. Beliau menolak permintaan para sahabat untuk mengatur harga pasar tetapi melakukan impor besar besaran (gandum) dari Mesir. Sehingga penawaran

³⁸ M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 230.

barang-barang di Madina kembali melimpah dan tingkat harga mengalami penurunan.

Sekalipun demikian, pada masa Umar bin Khattab langka ini ternyata tidak memadai, tingkat daya beli masyarakat Madinah pada masa itu sangat rendah sehingga harga barupun tidak terjangkau. Khalifa Umar kemudian mengeluarkan sejenis kupon (yang dapat ditukarkan dengan sejumlah barang tertentu) yang dibagikan kepada para fakir miskin.

Regulasi harga dikenal didunia fiqh dengan istilah tas'ir, yang berarti menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjual belikan, yang tidak menzalimi pemilik barang dan pembelinya. ³⁹

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya, tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lain.

Perbedaan pandangan tentang *regulasi* harga bersumber pada perbedaan penafsiran terhadap hadis nabi yang diriwayatkan oleh anas bin malik. Ibnu Qudamah memberikan 2 alasan tidak diperkenankannya tas'ir yaitu:

³⁹ Alimatul Farida, "Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.1, 2.

- a. Rasulullah SAW tidak pernah menetapkan harga meskipun penduduk menginginkan hal itu.
 - b. *Regulasi* harga adalah ketidak adilan yang tidak dilarang. Hal ini melibatkan hak milik seseorang, yang didalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada harga berapapun dengan syarat bersepakat dengan pembelinya.⁴⁰

Dalam konsidi normal, semua ulama sepakat atas sarannya melakukan *tas'ir*, tetapi dalam kondisi ketidak adilan terdapat perbedaan pandangan ulama. Imam Malik dan sebagian syafiiyah memperbolehkan *tas'ir* dalam keadaan gala. Kontroversi antar ulama berkisar dua poin.

Pertama, jika terjadi harga tinggi di pasar dan seseorang berusaha menetapkan harga lebih tinggi daripada harga sebenarnya, menurut mazhab malik harus dihentikan. Akan tetapi, apabila para penjual hendak menjual dibawah harga pasar (*celling price*), ada dua macam pendapat yaitu menurut Syafi'i atau penganut Ahmad bin Hambal tetap menentang berbagai campur tangan pemerintah.

Kedua, penetapan harga maksimum pada kondisi normal bertentangan dengan pendapat mayoritas ulama.

Kesimpulan dari berbagai kontroversi pendapat ulama di atas, yaitu:

- a. Tidak seorangpun diperbolehkan menetapkan harga lebih tinggi atau lebih rendah dari pada harga yang ada.

⁴⁰ Yenni Samri, "Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 3, No. 1, (2018), 12.

- b. Dalam segala kasus, pengawasan atas harga adalah tidak jujur.
 - c. Pengaturan harga selalu diperbolehkan.
 - d. Penetapan harga hanya diperbolehkan dalam keadaan darurat.⁴¹

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.⁴² Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai.⁴³

Etika menurut terminologi merupakan *studi sistematis* tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar *moralitas* seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.⁴⁴ Etika adalah

⁴¹ Sukarno wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka setia, 2013), 221-223.

⁴² Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 173.

⁴³ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 38.

⁴⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 4.

bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.⁴⁵

Dengan demikian ada persamaan antara etika dan *moralitas*. *Moralitas* berasal dari bahasa latin “*Mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*Mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian pertama secara harfiahnya, etika dan *moralitas*, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah *diinstitusionalisasikan* dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.⁴⁶ Namun ada pula perbedaannya yaitu etika berkaitan dengan kelakuan manusia, atau dapat dikatakan bahwa etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar *rasionalitas* sistem-sistem *moralitas* yang ada. Dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan *moralitas* adalah sistem nilai mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia.⁴⁷ Dengan kata lain moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (*universal*) sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.⁴⁸

Menurut Magnis Susno yang dikutip oleh Johan Arifin berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah *moralitas*. Sedangkan

⁴⁵ Rafik Issa Beckum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

⁴⁶ Agus arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 5.

⁴⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 9.

⁴⁸ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis* (Bandung: CV ALFABETA, 1994), 51.

etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. *Moralitas* adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, *moralitas* langsung mengatakan kepada kita.⁴⁹

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan tata cara perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang mana kegiatan yang dilakukan oleh manusia menunjukkan perbuatan yang baik maupun buruk, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain.

2. Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.⁵⁰ Kata bisnis dalam al-Qur'an biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai'*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup

⁴⁹ Ibid., 9-10.

⁵⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 20.

pengertian terhadap kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Demikianlah *al-bai'* sering diterjemahkan dengan “jual beli”.⁵¹

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara' dan disepakati.⁵²

Bisnis terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, pertama, bisnis merupakan kegiatan-kegiatan. Dan kedua, bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Glos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:⁵³ bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.⁵⁴ Menurut Hughes dab Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi

⁵¹ Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 119.

⁵² Heri Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 68.

⁵³ Husein Umar, *Business an Introduction* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 3.

⁵⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 20.

kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.⁵⁵

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.⁵⁶

Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bisnis adalah suatu kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan tersebut.

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan

⁵⁵ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis* (Bandung: CV ALFABETA, 1994), 18.

⁵⁶ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfa Beta, 1993), 3.

mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.⁵⁷

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan *moralitas* yang berlaku secara *universal* dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan *moralitas* ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.⁵⁸

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis.⁵⁹ Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi

⁵⁷ Veithzal Rival, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 4.

⁵⁸ Muslich, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), 9.

⁵⁹ Alwi Musa Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)", Jurnal Ekonomi, Vol. 2, No. 1, (Januari 2018), 72.

dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.⁶⁰

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.⁶¹

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis.⁶² Bisnis Islami juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ وَتَدْلُوا بِهَا إِلَى الْحَكَامِ لِتَأْكُلُوا فِرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

⁶⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 22.

⁶¹ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 5.

⁶² Bambang Subandi, *Bisnis sebagai strategi Islam* (Surabaya: Paramedia, 2000), 65.

Artinya “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”.⁶³

Jadi sesuai dengan pernyataan di atas Etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.⁶⁴

Menurut Muhammad Djakfar, etika binis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁶⁵ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistik*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.⁶⁶

Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas

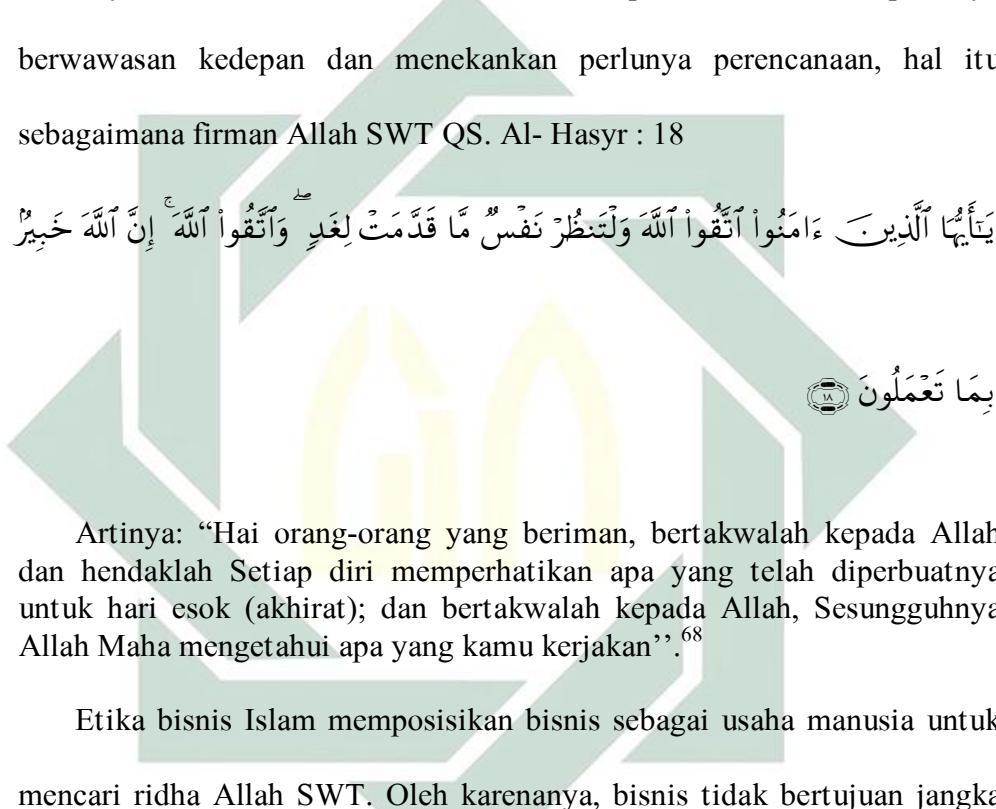
⁶³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: CV Diponegoro, 2005), 21.

⁶⁴ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001), 152.

⁶⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 84.

⁶⁶ Ibid., 85.

bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.⁶⁷ Dan perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan roda bisnisnya selalu memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan, hal itu sebagaimana firman Allah SWT QS. Al-Hasyr : 18



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan".⁶⁸

Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/ pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi

⁶⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 74.

⁶⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: CV Diponegoro, 2005), 237.

persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

4. Fungsi Etika Bisnis

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan sunnah.⁶⁹

5. Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya). Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut :

⁶⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

a. Prinsip Unity (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan *homogen*, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁷⁰

Konsep *tauhid* (*dimensi vertikal*) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁷¹ Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat *Raqib* (Maha Mengawasi) atas seluruh gerah langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.⁷²

⁷⁰ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 144.

⁷¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 89.

⁷² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 13.

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal⁷³ sebagai berikut: pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, menghindari terjadinya praktik-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktik menimbun kekayaan atau harta benda.

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁷⁴ Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

Keseimbangan atau ‘*adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita liat di alam semesta merefleksikan

⁷³ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 15-16.

⁷⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 55.

konsep keseimbangan yang rumit ini.⁷⁵ Tatapan ini pula yang dikenal dengan sunnatullah.⁷⁶

Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai ummatan wasatan.⁷⁷ Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁷⁸

75 Ibid., 36

⁷⁶ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 146.

⁷⁷ Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, 147.

⁷⁸ Ibid., 91.

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks pertumbuhan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas kesetimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggaman segelintir orang. Kedua, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. Ketiga, akibat pengaruh dari sikap *egalitarian* yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik hak milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam penyalagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.⁷⁹

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum menawarkan dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat.

Pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah

⁷⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 56.

mekanisme yang proporsional. Namun, dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syariah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

d. Prinsip bertanggung jawab (*responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung

jawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.⁸⁰

Dalam dunia bisnis pertanggung jawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggung jawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁸¹ Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

KONSEP TANGGUNG JAWAB DALAM ISLAM

KONSEP tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.⁸²

⁸⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 40.

⁸¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 144.

⁸² Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 41.

Dalam hal tanggung jawab dalam ketertiban yaitu dengan menjaga kebersihan dan pencemarannya sebagaimana dalam jurnal yoni dan H. Oman terdapat hubungan positif antara pendapatan dengan perilaku pedagang sayuran dalam mengelola kebersihan lingkungan hidup.⁸³

e. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan (kebijakan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.⁸⁴

Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebijikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. Kedua, menerima

⁸³ Yoni Hermawan, H. Oman Roesman, "Perilaku Pedagang Sayur Dalam Mengelola Kebersihan Lingkungan Hidup", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2 (Agustus 2008), 186-195.

pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis,⁸⁵

- 
 - 1) Kemurahan hati (*leniency*)
 - 2) Motif pelayanan (*service motives*)
 - 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas

⁸⁵ Achmad Charris Zubbir, *Kuliah Etika* (Jakarta: Rajawali Press, 1995, Ed. III), 49.

BAB III

PASAR TRADISONAL PASAR 17 AGUSTUS KABUPATEN PAMEKASAN

A. Profil Pasar Tradisional Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan

1. Sejarah Pasar 17 Agustus

Pasar 17 Agustus merupakan pasar rakyat atau yang paling populer disebut pasar bere' atau sekarang lebih di kenal sebagai Pasar Batik Tradisional Pamekasan. Pasar 17 Agustus ini salah satu pasar tradisional terbesar di kabupaten Pamekasan yang lokasinya berada di dekat jantung kota sebelah utara selain itu Pasar 17 merupakan pasar harian akan tetapi yang lebih banyak pengunjung yaitu satu minggu dua kali pada hari ahad dan kamis . Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) selaku penerima Pelimpahan dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset sejak tanggal 1 Januari 2014 diharapkan mampu menyembatani antara konsumen dan produsen sehingga kebutuhan masyarakat/ penduduk sehari-hari bisa terpenuhi. Pasar 17 Agustus dibangun sejak Tahun 1985 yang memiliki luas Lahan 32.308 M², dengan luas bangunan 21.000 M². Pasar 17 Agustus yang terletak di Jalan Pintu Gerbang, Kelurahan Bugih Kecamatan Pamekasan yang memiliki batas –batas sebagai berikut :¹

- a. Sebelah Utara Larangan Badung Kec. Palengaan
- b. Sebelah Timur Jalan Sersan Misrul

¹ Disperindag, *Dokumentasi*, 12 Juni 2019.

- c. Sebelah Selatan Kelurahan Bugih Kec. Pamekasan
- d. Sebelah Barat Desa Nyalabu Kec. Pamekasan

Penghuni pedagang Pasar 17 Agustus meliputi berbagai jenis Komoditi kebutuhan sehari-hari diantaranya meracang sembako, konveksi, alat-alat dapur, hewan, pecah belah dan lain sebagainya. Semua pedagang ditempatkan dalam bangunan (stand) terdiri dari :

- a. Toko : 54 dengan Jumlah Pedagang = 54 Pedagang
- b. Los : 25 dengan Jumlah Pedagang = 482 Pedagang
- c. Kios : 24 dengan Jumlah Pedagang = 24 Pedagang
- d. Lapak/PKL/Asongan : 41 dengan Jumlah Pedagang = 41 Pedagang

Jumlah total pedagang diatas sebanyak 601 orang.

Adapun pengelola langsung Pasar 17 yang bertanggung jawab dan melaksanakan segala bentuk aktivitas sehari-hari adalah :

- a. Kepala Pasar : 1 Orang
- b. BPKP : 1 Orang
- c. Petugas Pemungut : 7 Orang
- d. Petugas Kebersihan : 6 Orang
- e. Penjaga Malam : 2 Orang
- f. Pengelola Sampah : - Orang

Jadi total petugas di pasar waru sebanyak 17 Orang

Demikian sekilas histories pasar waru ini dibuat sebagai kelengkapan dari data sebagaimana terlampir.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Terwujudnya peningkatan kualitas dan kuantitas serta pemasaran industri dan perdagangan yang berbasis produk unggul daerah dalam mendukung peningkatan perekonomian daerah

b. Misi

- 1) Meningkatkan Kualitas sumber daya manusia dalam bidang industri dan perdagangan
- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksi utamanya yang berbasis produk unggulan daerah
- 3) Meningkatkan sarana dan prasarana pendukung peningkatan industri dan perdagangan
- 4) Meningkatkan pemasaran dan aksis modal industri dan perdagangan
- 5) Meningkatkan pemantauan harga sembilan bahan pokok
- 6) Meningkatkan upaya perlindungan konsumen
- 7) Meningkatkan pendapatan asli daerah dari retribusi pasar

3. Tujuan

- a. Mewujudkan transfer teknologi
- b. Meningkatkan perekonomian masyarakat

- c. Mewujudkan ciri khas produk lokal
- d. Memperluas pemasaran
- e. Menstabilkan harga barang kebutuhan
- f. Melindungi konsumen dari barang yang tidak layak konsumsi
- g. Menyediakan sarana dan prasarana pasar yang nyaman

4. Tugas

Melaksanakan urusan pemerintah daerah berdasarkan atas otonomi dan tugas pembantuan dibidang perindustrian dan perdagangan

5. Tugas dan Wewenang Kepala Pasar, Bidang Administrasi, Bidang Pemungut, Bidang Kebersihan, dan Bidang Keamanan, sebagai berikut:

a. Kepala Pasar

- 1) Memantau hasil pendapatan retribusi pasar.
- 2) Memantau kebersihan pasar
- 3) Memantau ketertiban dan keamanan pasar
- 4) Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang

b. Bidang Administrasi

- 1) Merekap seluruh jumlah adminitrasi yang diterima, seperti: pembukuan/ merekap hasil penarikan retribusi pasar.
- 2) Pelaporan adminitrasi.

c. Bidang Pemungut

- 1) Menungut/ menarik retribusi pasar.

- 2) Menyetorkan hasil penarikan retribusi ke Bank yang telah ditentukan/ditunjuk.

d. Bidang Kebersihan

- 1) Membersihkan sampah yang ada di dalam pasar.
- 2) Serta membantu kepentingan secara umum.

e. Bidang Keamanan

- 1) Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar.
- 2) Serta membantu kepentingan secara umum

B. Perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan

Pasar 17 Agustus merupakan salah satu pasar terbesar yang ada di kabupaten Pamekasan, serta lokasi yang strategis sehingga tidak sedikit pengunjung yang berdatangan untuk memenuhi kebutuhannya, bahkan terjadinya kenaikan jumlah pedagang yang membuat banyak pesaingan-pesaingan yang kurang sehat dan perilaku pedagang yang melanggar norma sosial. Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan.

Menurut bapak Supriadi selaku kepala pasar di pasar 17 Agustus menuturkan:

“Kita sudah mengatur mereka untuk masuk ke dalam tapi mereka memang bandel bahkan sudah ditakut-takuti mau dibuang namun pihak pengelola hanya sekedar sebagai gertakan, saya selaku kepala pasar terus berusaha agar

di depan pasar tidak ditempati oleh pedagang-pedagang liar namun sampai saat ini masih belum berhasil perilaku dan kami kadang kewalahan”.²

Salah satu pedagang toko yang bersebrangan dengan pasar 17 Agustus yaitu Habibah mengatakan dampak negatif dan mengalami penurunan profit, sebagaimana wawancaranya :

“Saya sebenarnya terganggu dengan adanya pasar tumpah ini yang membuat saya tidak bisa beraktivitas dengan baik, juga hal tersebut sangat mengganggu fungsi jalan, malah sering pembeli yang mau ke pasar 17 Agustus parkir di depan toko saya, sehingga pembeli yang mau membeli ke toko saya terhalang oleh kendaraan yang tidak beraturan dan akhirnya mereka mencari toko yang lain dan seharusnya pihak pemerintah tegas dengan hal ini”.³

Ketua Komisi I DPRD Pamekasan Ismail mengatakan :

“Keberadaan pedagang di trotowar dan bahu jalan sangat mengganggu lingkungan, mereka mengambil hak orang lain yang seharusnya digunakan untuk pejalan kaki apalagi tempat tersebut termasuk fasilitas umum dan dalam Perda sudah diatur bahwa penjualan di trotoar dilarang, jika hal ini dibiarkan kuatir para pedagang akan semakin menjamur”.⁴

Bapak Misyanto, S.Sos, M. M selaku Kasi pengawas Operasi dan pengendalian penertiban memaparkan :

“Kami sering tertibkan para pedagang pasar tumpah yang ada di depan pasar 17 Agustus bahkan sampai bertengkar tapi susah diatur karena masalah perut dan ketika ditertibkan mereka pindah ke selatannya malah sampai ke depannya SMA 3 Pamekasan, keesokan harinya mereka tetap mangkal di tempat asalnya. Yang sering bandel itu para pedagang hewan seperti penjual burung, ayam dan kambing. Sektor pendidikan yang juga menjadi penyebab para pedagang kurang memahami peraturan yang berlaku”.⁵

Menurut Dedy Erik Farisi selaku staf pemungut retrebusi,

² Supriadi, *Wawancara*, Pamekasan, 20 Juni 2019.

³ Habibah, *Wawancara*, Pamekasan, 19 Mei 2019.

⁴ Abdul Bari, Penertiban Pedagang Pasar Tidak Jelas, *Radar Madura* (05 Februari 2019), 2.

⁵ Misyanto, *Wawancara*, Pamekasan, 17 Juni 2019.

“Kalau pedagang yang ada di luar memang tidak dikenakan retribusi hanya kepada pedagang yang ada di dalam saja, Pihak pemungut retribusi tidak mampu mengatasi para pedagang, banyak akalnya dan banyak alasan agar tidak ngarcis, biasanya cari pembeli dulu di luar baru kalau sudah jam delapanan lebih tidak laku baru masuk kedalam, kadang petugas ditipu oleh pedagang saat ditagih karcisnya, bilangnya entar dulu ya nunggu laku, ketika laku beneran pas menghilang orangnya ketika diminta retribusi normalnya setiap masuk kedalam Rp 3.000 hanya saja pedagang bayar Rp 2.000 per ekor itu pun masih dipotong”.⁶

Selanjutnya wawancara kepada Moh Erfan juga sebagai staf petugas pemungut retribusi pasar 17 Agustus :

“Pedagang yang ada di luar terutama pedagang burung ketika disuruh masuk kedalam, terlalu banyak permintaan, mereka mau masuk kedalam kalau ada tempat khusus dan ada atapnya biar tidak kepanasan, sama dengan pedagang kambing dulu minta tempat yang layak dan luas baru mereka mau masuk kedalam pasar semuanya, nyatanya setelah pihak pengelola pasar merealisasikan permintaannya pedagang kambing masih saja banyak yang ada di luar pasar, pokoknya pengelola selalu serba salah dan selalu harus mengalah karena selalu terjadi cekcok antara petugas dengan pedagang”.⁷

Ibu Saryani juga selaku pedagang sayuran menuturkan :

“Saya tidak punya usaha lain pak selain jualan disini, untuk membantu kebutuhan keluarga jadi saya sebagai rakyat kecil minta ke pihak pengelola pasar untuk membiarkan saya tetap jualan disini, saya kan tidak jualan di jalan raya”.⁸

Menurut bapak Kardi selaku pedagang hewan kambing

“Jualan di jalan memang melanggar aturan pemerintah apalagi jualan kambing seperti saya tapi kan saya cari pelanggan biar dagangan saya cepat laku, kalau di dalam kan pembeli agak sedikit dan saingen juga banyak, kadang kambing saya hanya laku satu ekor bahkan kadang tidak ada yang laku, kalau fokus di dalam lama yang bakalan laku”.⁹

⁶ Dedy Erik Farisi, *Wawancara*, Pamekasan, 20 Juni 2019.

⁷ Moh Erfan, *Wawancara*, Pamekasan, 23 Juni 2019.

⁸ Saryani, *Wawancara*, Pamekasan, 23 Juni 2019.

⁹ Kardi, *Wawancara*, Pamekasan, 23 Juni 2019.

Menurut bapak Achmad Gufron Hamdi, S. H selaku seksi perparkiran mengatakan :

“Menurut peraturan Bupati no. 4 tahun 2012 tentang Retribusi pelayanan parkir di tepi jalan umum dan Retribusi tempat khusus parkir para pedagang telah melanggar namun mereka kan pendidikannya minim tentang itu jadi mereka tetap saja jualan di tempat itu, tahu sendiri kan karakternya orang madura pengko sarah”.¹⁰

C. Bagaimana upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan

Menurut keterangan bapak Supriadi selaku kepala pasar di pasar 17 Agustus menuturkan sudah sering adanya kordinasi dengan pihak satpolPP, Dishub bahkan dari koramil namun hanya berlaku sesaat ada petugas, setelah itu balik lagi bahkan sudah ditaruh bener ukuran besar untuk tidak berdagang di tempat trotowar atau di pinggir jalan sesuai, sebagaimana wawancaranya :

“Kalau bagi pedagang yang ada di depan di pasar 17 Agustus tidak ada tindakan apa kecuali masuk ke dalam pasar, Kami sebagai pengelola pasar 17 Agustus sudah sering melakukan kordinasi kepada pihak-pihak terkait seperti SatpolPP, Dishub dan Koramil untuk membantu penertiban baik di jalan maupun di trotowar tapi pedagang masih tetap kembali lagi bahkan saya sebagai kepala pasar 17 Agustus juga ikut menegur dan mengawasi langsung tapi mereka super bandel”.¹¹

Menurut bapak H. Yusuf, S.H. M, S. E, selaku Kabid Trantibum Ketentraman dan ketertiban Umum bahwa :

“Pedagang yang ada di depan pasar seharusnya masuk kedalam pasar, kami dari pihak satpol PP sudah melakukan kerja sama terutama pengelola

¹⁰ Ahmad Gufron Hamdi, *Wawancara*, 04 Juli 2019.

¹¹ Supriadi, *Wawancara*, Pamekasan, 20 Juni 2019.

pasar 17 Agustus dan kami sudah berkali kali melakukan penghalawan pedagang yang ada di luar untuk masuk ke dalam pasar akan tetapi setelah dilaksanakan mereka masuk namun setelah ditinggal satpolPP mereka keluar lagi, nah etika tersebut yang kami tidak suka akan tetapi kami memberikan tindakan secara humanis terutama kami melakukan dari hati ke hati artinya kami mendatangi langsung ke masing masing pedagang namun akhirnya pedagang tersebut masih bandel, terkadang mereka beralasan di dalam penuh, bahkan sudah di berikan peringatan lewat bener “ dilarang berjualan di trotowar karena trotowar untuk jalan kaki”.¹²

Untuk petugas khusus awalnya memang ada permintaan dari disperindag untuk stanbay pada hari pasaran hari kamis dan minggu, tapi mungkin karena ada kebijakan kebijakan lain sekarang petugas tersebut sudah dikembalikan ke kantor karena sepenuhnya manajemen pengelolaan ada di disperindag, satpolPP hanya ekskutor saja”.

Menurut bapak Misyanto, S.Sos, M. M selaku Kasi pengawas Operasi dan pengendalian penertiban,

“Sering kami kolaborasi dengan Dishub dan polres akan tetapi titik yang kami tangani bukan hanya pasar 17 agustus tapi sekabupaten Pamekasan sehingga tanpa adanya kerja sama dari pihak-pihak yang terkait dalam hal penertiban akan sulit dikendalikan apalagi pedagangnya bandel-bandel namun pihak satpolPP Proaktif di lapangan dalam meminimalisir atau menangani hal hal yang menggagnggu ketertiban di masyarakat termasuk mobil-mobil pedagang hewan yang sering kali turun di pinggir jalan yang berakibat kemacetan dan ada transaksi di luar bahkan kotoran hewan yang sembarangan sehingga pasar terlihat kotor.

Ketertiban sebenarnya erat dengan kesadaran masyarakat akan hal itu sedangkan kami lebih kepada tindakan refresif, dalam tindakan refresif kami masih menggunakan naluri, terkadang hanya menakut nakuti (ageddeg) tidak sampai cuci piring, sebenarnya yang penting kesadaran masyarakat, harus ada keterlibatan semua stakholder terutama tokoh-tokoh agama dan masyarakat, harus ada managemen pasar yang bagus karena ini masalah area atau lingkungan, alasannya banyak tidak laku , tidak dapat apa-apa sepi, keluar ngejar pembeli, karena menyadarkan masyarakat ini tidak mudah, pasar dikulak oleh tengkulak liar untuk dijual di pinggir jalan, karena di luar tidak ada retribusi.”¹³

¹² Yusuf, *Wawancara*, Pamekasan, 17 Juni 2019.

¹³ Misyanto, *Wawancara*, Pamekasan, 17 Juni 2019.

Menurut bapak Ajib Abdullah, ST, M.si selaku kepala Dinas Perhubungan Kabupaten Pamekasan,

“Dalam birokrasi tidak ada istilah kerja sama, ada ruang-ruang tertentu, tapi ada kordinasi, tugas dishub memang sebenarnya mengatur kelancaran lalu lintas kalau da kemacetan kami yang ngatur namu ada kewenangan, dishub tidak punya kewenangan untuk mengatur pedagang, perilaku pedagang pasar tumpah sama halnya dengan pedagang kaki lima, bukan pembeli yang datang ke penjual tapi cendrung penjual yang mengejar pembeli, dimana ada keramaian disitulah ada PKL, kesadaran pedagang, masyarakat dan pemerintah, dishub sudah memberi warning kepada pedagang, kami selalu menurunkan patroli memang kekurangan dari kami, upaya dilakukan penataan parkir, dulu ada jalan di dalam, bongkar muat dilakukan di luar, tanpa ada pengawasan maka pedagang akan makin sembraut, faktor utama adalah dari pedagang tapi kan pembeli atau masyarakat ingin gampang yang penting saya enak begitu dan lebih cepat, sekarang sedang proses pengajuan mobil deret untuk titik yang rawan parkir sembarangan, pernah bersih dulu beberapa minggu karena melakukan operasi gabungan, Cuma kan petugas kita terbatas dan tidak mungkin kita inten terus di pasar 17 Agustus karena masih banyak yang membutuhkan tenaga kita di pasar-pasar lain, operasi itu ingin menunjukkan bahwa tertib itu bagus jadi perlu kesadaran masyarakat atau pedagang dan kewajiban birokrasi, dan hal itu perlu mengeluarkan tenaga dan biaya yang banyak”.¹⁴

Menurut bapak Saliman S. E, selaku kepala seksi pendapatan pasar di Disperindag

“Pasar 17 Agustus secara menyeluruh memang belum direvitalisasi hanya saja tahap demi tahap kami renovasi karena keterbatasan anggaran sehingga kita menyesuaikan, insyaallah tahun depan bagian area depan kami perbaiki termasuk pelebaran parkiran”.

Menurut bapak Hendra selaku pedagang burung love bird

“Saya sering ditegur oleh pengelola pasar untuk masuk kedalam bahkan dulu pernah dikosongkan trotoar ini dari penjual burung tapi saya dan kawan-kawan cuma geser sedikit keselatan, karena pembeli itu lebih banyak

¹⁴ Ajib Abdullah, *Wawancara*, Pamekasan, 25 Juni 2019.

mendatangi tempat yang ada di pinggir jalan ketimbang yang ada di dalam”.¹⁵

Menurut ibu Samiyah selaku pedagang sayuran yang sudah 5 tahun lebih berdagang di trotowar mengatakan :

“Beberapa bulan yang lalu memang ada petugas gabungan untuk menertibkan orang jualan di depan pasar 17 Agustus ini termasuk saya, ya saya pindah waktu itu tidak jualan di depan pasar masuk ke dalam, eh di dalam sedikit pembelinya karena langganan saya sudah tahu kalau saya dagang di luar, tapi keesokan saya balik lagi jualan di depan pasar soalnya sudah tidak ada pengamanan lagi, lagian saya sudah nyaman disini, sudah terlalu banyak pelanggan, eman kalau pindah”.¹⁶

Menurut Bapak Hosni selaku pedagang ayam menuturkan :

“Saya memang lebih nyaman ada diluar karena lebih banyak pembeli, kalau di dalam sepi dan jauh dari jangkawan masyarakat yang datang ke pasar 17 Agustus, sehingga pemasukan dari jualan di luar kami cukup bertambah ketimbang masuk kedalam pasar”.¹⁷

Menurut Rahmat selaku pembeli sayuran memaparkan :

“Saya sudah sering beli disini bahkan saya sudah berlangganan tiap hari ke ibu saryani untuk beli kangkung buat burung saya, orangnya baik kok dan pelayanannya juga bagus malah saya sering dikasih lebih, cara ngomongnya juga bagus”.¹⁸

¹⁵ Hendra, *Wawancara*, Pamekasan, 30 Juni 2019.

¹⁶ Samiyah, *Wawancara*, 04 Juli 2019.

¹⁷ Hosni, *Wawancara*, 07 Juli 2019.

¹⁸ Rahmat, *Wawancara*, 12 Juli 2019.

BAB IV

PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI PASAR 17 AGUSTUS

KABUPATEN PAMEKASAN (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam)

A. Perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17
Agustus Pamekasan

Perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Pedagang juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi pedagang tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹ Pada hakikatnya etika merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara profesional. Dalam jangka panjang, suatu bisnis akan tetap berkesinambungan dan secara terus-menerus benar-benar menghasilkan keuntungan, jika dilakukan atas dasar prinsip kemanusiaan.

Demikian pula suatu bisnis dalam perusahaan akan berlangsung bila bisnis itu dilakukan dengan memberi perhatian kepada semua pihak dalam perusahaan. Inilah sebagian dari tujuan etika bisnis, yaitu agar semua orang yang terlibat dalam bisnis mempunyai kesadaran tentang adanya dimensi etis

¹ Wazin, "Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014, 13.

dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis.

Perilaku pedagang berbeda dalam kelompoknya terutama dalam bertindak dan berperilaku, maka setiap anggota harus mentaati perilaku masyarakat yang lainnya, yang disebut dengan perilaku sosial. Perilaku sosial adalah suasana saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia. Sebagai bukti bahwa manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup tidak dapat melakukan sendiri melainkan memerlukan bantuan dari orang lain, dan ikatan saling ketergantungan diantara satu orang dengan yang lainnya, artinya bahwa kelangsungan hidup manusia berlangsung dalam suasana saling mendukung dalam kebersamaan, sehingga manusia dituntut mampu bekerja sama, saling menghormati, tidak mengganggu hak orang lain, toleran dalam hidup bermasyarakat dan mentati peraturan yang berlaku.

Berdasarkan wawancara dan observasi tentang perilaku pedagang pasar 17 Agustus dalam menjaga ketertiban, menunjukkan pedagang masih kurang peduli dalam menjaga ketertiban, sering melanggar ketentuan dan aturan ketertiban pasar. Selain itu, masih banyak pula pedagang yang bandel meski sudah mengetahui tata tertib dan keamanan yang berlaku. Pelanggaran yang banyak terjadi tetap jualan di pinggir jalan dan pedagang masih berada diluar pasar walaupun tempat khusus pedagang sudah disediakan oleh pemerintah bahkan berdasarkan observasi peneliti para pedagang sangat susah diatur.

Sesuai dengan pernyataan bapak Supriadi selaku kepala pasar di pasar 17

Agustus :

“Kita sudah mengatur mereka untuk masuk ke dalam tapi mereka memang bandel bahkan sudah ditakut-takuti mau dibuang namun pihak pengelola hanya sekedar sebagai gertakan, saya selaku kepala pasar terus berusaha agar di depan pasar tidak ditempati oleh pedagang-pedagang liar namun sampai saat ini masih belum berhasil perilaku dan kami kadang kewalahan”.²

Sejalan dengan pendapat bapak H. Yusuf, S.H. M, S. E, selaku Kabid

Trantibum Ketentraman dan ketertiban Umum bahwa :

"Pedagang yang ada di depan pasar seharusnya masuk kedalam pasar, kami dari pihak satpol PP sudah melakukan kerja sama terkait terutama pengelola pasar 17 Agustus dan kami sudah berkali kali melakukan penghalawan pedagang yang ada di luar untuk masuk ke dalam pasar akan tetapi setelah dilaksanakan mereka masuk namun setelah ditinggal satpolPP mereka keluar lagi, nah etika tersebut yang kami tidak suka akan tetapi kami memberikan tindakan secara humanis terutama kami melakukan dari hati ke hati artinya kami mendatangi langsung ke masing masing pedagang namun akhirnya pedagang tersebut masih bandel, terkadang mereka beralasan di dalam penuh, bahkan sudah di berikan peringatan lewat bener " dilarang berjualan di trotowar karena trotowar untuk jalan kaki".³

Menurut peneliti perilaku pedagang masih belum adanya partisipasi dalam menjaga keteriban pasar 17 Agustus. Mentaati peraturan yang sudah berlaku di pasar 17 Agustus Kabupaten adalah keharusan bagi para pedagang yang berdagang di tempat tersebut, serta berpartisipasi dalam menjaga ketertiban baik partisipasi secara ide, uang, barang dan fisik sehingga secara tidak langsung ikut membantu memajukan dan menghapus opini negatif masyarakat tentang pasar tradisional.

² Supriadi, *Wawancara*, Pamekasan, 20 Juni 2019.

³ Yusuf, Wawancara, Pamekasan, 17 Juni 2019.

B. Upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan

Pasar tradisional yang berjalan sendiri tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan banyak permasalahan-permasalahan baru oleh sebab itu perlu adanya campur tangan pemerintah dalam mekanisme pasar, karena dengan adanya campur tangan pemerintah maka kesejahteraan masyarakat akan terpenuhi.

Citra pasar tradisional yang kurang baik sudah semestinya mendapat perhatian yang cukup ekstra oleh semua stekholder karena didalamnya terkait dengan hajat hidup orang banyak. Pembenahan pasar tradisional menjadi tempat belanja yang bercitra positif adalah suatu tantangan yang cukup berat dan harus diupayakan sebagai rasa tanggung jawab kepada publik. Pembenahan pasar tradisional tentu saja bukan hanya tugas pemerintah tetapi juga kesadaran masyarakat, pengelola pasar dan para pedagang tradisional 17 Agustus untuk bersinergi menghapus kesan negatif tersebut sehingga pasar tradisional masih tetap eksis di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, berbagai kebijakan dan langkah pembinaan yang mesti dilakukan, antara lain melakukan pembinaan terhadap perkembangan pasar tradisional secara menyeluruh dan berkesinambungan.

Berdasarkan wawancara kepada enam informan pihak pemerintah menunjukkan bahwa upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 Agustus kabupaten pamekasan yaitu: Kordinasi dengan pihak

SATPOLPP, DISHUB, Koramil, kepolisian Kabupaten Pamekasan Teguran,
Menakut nakuti, Memasang spanduk dan Penggusuran.

Sebagaimana bapak Supriadi selaku kepala pasar tentang upaya yang dilakukan pemerintah kabupaten Pamekasan menyampaikan :

“Kalau bagi pedagang yang ada di depan di pasar 17 Agustus tidak ada tindakan apa kecuali masuk ke dalam pasar, Kami sebagai pengelola pasar 17 Agustus sudah sering melakukan kordinasi kepada pihak-pihak terkait seperti SatpolPP, Dishub dan Koramil untuk membantu penertiban baik di jalan maupun di trotowar tapi pedagang masih tetap kembali lagi bahkan saya sebagai kepala pasar 17 Agustus juga ikut menegur dan mengawasi langsung tapi mereka super bandel”.⁴

Sesuai dengan pernyataan bapak Misyanto, S.Sos, M. M selaku Kasi pengawas Operasi dan pengendalian penertiban :

“Sering kami kolaborasi dengan Dishub dan polres akan tetapi titik yang kami tangani bukan hanya pasar 17 agustus tapi sekabupaten Pamekasan sehingga tanpa adanya kerja sama dari pihak-pihak yang terkait dalam hal penertiban akan sulit dikendalikan apalagi pedagangnya bandel-bandel namun pihak satpolPP Proaktif di lapangan dalam meminimalisir atau menangani hal hal yang mengganggu ketertiban di masyarakat termasuk mobil-mobil pedagang hewan yang sering kali turun di pinggir jalan yang berakibat kemacetan dan ada transaksi di luar bahkan kotoran hewan yang sembarangan sehingga pasar terlihat kotor.

Ketertiban sebenarnya erat dengan kesadaran masyarakat akan hal itu sedangkan kami lebih kepada tindakan refresif, dalam tindakan refresif kami masih menggunakan naluri, terkadang hanya menakut nakuti (ageddeg) tidak sampai cuci piring, sebenarnya yang penting kesadaran masyarakat, harus ada keterlibatan semua stakholder terutama tokoh-tokoh agama dan masyarakat, harus ada managemen pasar yang bagus karena ini masalah area atau lingkungan, alasannya banyak tidak laku , tidak dapat apa-apa sepi, keluar ngejar pembeli, karena menyadarkan masyarakat ini tidak mudah, pasar dikulak oleh tengkulak liar untuk dijual di pinggir jalan, karena di luar tidak ada retribusi.”⁵

Sesuai dengan pernyataan bapak Hendra selaku pedagang burung love bird:

⁴ Supriadi, *Wawancara*, Pamekasan, 20 Juni 2019.

⁵ Misyanto, Wawancara, Pamekasan, 17 Juni 2019.

“Saya sering ditegur oleh pengelola pasar untuk masuk kedalam bahkan dulu pernah dikosongkan trotoar ini dari penjual burung tapi saya dan kawan-kawan cuma geser sedikit keselatan, karena pembeli itu lebih banyak mendatangi tempat yang ada di pinggir jalan ketimbang yang ada di dalam”.⁶

Menurut peneliti upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar 17 Agustus sudah bagus akan tetapi dalam pelaksanaannya masih kurang bagus karena sampai saat ini pedagang masih tetap jualan di depan pasar, di trotowar dan di ruas jalan raya bahkan para pedagang semakin banyak. Belum adanya ketegasan pemerintah dan masih kentalnya rasa kasihan kepada para pedagang serta tidak dilaksanakannya sangsi sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Pamekasan nomor 5 tahun 2008 Bab IX pasal 16 ayat 1 sampai 3.

Agar pasar berjalan dengan seimbang maka diperlukan sebuah manajemen pengelolaan didalamnya, manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagang dan pembeli termasuk kenyamanan birokrasi tanpa ada kecurangan-kecurangan didalamnya, sebagimana hasil penelitiannya Faiz Fanani tentang Manajemen Strategi Pengelolaan Ketertiban Pedagang Di Pasar Tradisional Jagir Surabaya dengan melihat faktor-faktor pendukung yang berada dibuatlah suatu program kerja yang dibuat untuk menjalankan misi yang telah ditetapkan untuk menjadikan pasar menjadi lebih baik, program kerja yang dibuat adalah tentang penertiban pedagang yang berjualan di bahu jalan.

⁶ Hendra, *Wawancara*, Pamekasan, 30 Juni 2019.

Namun hal itu perlu adanya kesadaran dari semua pihak yaitu, pedagang, masyarakat dan bagian pemerintah sehingga dengan adanya kesadaran akan pentingnya ketertiban muncul kenyamanan publik dan pasar tradisional akan berjalan sebagaimana fungsi pasar tradisional semestinya.

C. Persepektif etika bisnis islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan

Agar pasar dapat berperan secara normal (alamiah) dan terjamin keberlangsungannya, di mana struktur dan mekanismenya dapat terhindar dari perilaku-perilaku negatif para pelaku pasar, maka ajaran Islam menawarkan satu paket aturan moral berbasis hukum syariah yang melindungi setiap kepentingan pelaku pasar. Bahkan dalam al-Qur'an disebutkan dengan jelas dalam surah Al Baqarah : 168

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوْمَا فِي الْأَرْضِ حَلَّاً طَبِيعًا وَلَا تَتَّعِوْ خُطُوطَ الشَّيْطَنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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”.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pedagang pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan yaitu sebagai berikut:

Tabel. 4.

Perilaku Pedagang Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan

| Pedagang | | | bebas | Jawab | |
|----------|---|----------------------------|--|-------------------------|---------------------------------|
| Hendra | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Samiyah | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Kardi | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Tidak Sopan dan tidak menyadari |
| Hosni | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Tidak Sopan dan tidak menyadari |
| Eko | Meyakini rizeqi | Menggunakan hak | Tidak memaksa | Tidak bertanggung | Sopan dan tidak |

| | | | | | |
|---------|---|----------------------------|--|-------------------------|---------------------------|
| | sudah diatur oleh Allah | orang lain | pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | jawab | menyadari |
| Saryani | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Yakfi | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Sahama | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Siman | Meyakini rizeqi sudah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |

| | | | | | |
|---------|---|----------------------------|--|-------------------------|---------------------------|
| | diatur oleh Allah | | tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | | |
| Rahma | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Qosim | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Muhtar | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| Safi'eh | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |

| | | | | | |
|---------|---|----------------------------|--|-------------------------|---------------------------|
| | Allah | | barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | | |
| Sunarto | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |
| kusairi | Meyakini rizeqi sudah diatur oleh Allah | Menggunakan hak orang lain | Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain | Tidak bertanggung jawab | Sopan dan tidak menyadari |

1. Prinsip Tauhid

Konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat

Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya sebagaimana firman Allah dalam Al qur'an Surat Al Mujadilah ayat 7 :

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَا يَكُونُ مِنْ خَوَىٰ ثَلَاثَةٌ إِلَّا هُوَ

رَبُّهُمْ وَلَا حَمْسَةٌ إِلَّا هُوَ سَادُسُهُمْ وَلَا أَدْنَىٰ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرُ إِلَّا هُوَ مَعْهُمْ أَئِنَّ مَا كَانُوا

ثُمَّ يُنَبِّهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَمَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya “Tidakkah kamu perhatikan, bahwa Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah keempatnya. dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah keenamnya. dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 15 pedagang menunjukkan semua informan meyakini bahwa rizeqi telah diatur oleh Allah SAW, Prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh bapak yakfi pedagang sandal berupa beliau dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarganya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarganya.

Para pedagang di pasar tradisional 17 Agustus bekerja sangat giat, mereka memulai aktifitas berdagangnya sejak pagi hingga siang. Mereka

berharap dengan bekerja dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Selain itu disamping untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mereka tidak lupa untuk berbagi kepada sesama, dengan menyisihkan pendapatannya memberikan sedekah kepada peminta-minta. Para pedagang percaya dengan mengeluarkan sebagian rizki yang mereka dapatkan Allah SWT akan mengganti dengan kemuliaan di dunia maupun akhirat.

Namun dalam pengimplementasian di Pasar 17 Agustus, konsep tauhid ini belum sepenuhnya diterapkan terbukti dengan beberapa cara pengelola pasar di bantu aparat para pedagang masih banyak melanggar kepada peraturan, hal ini menunjukkan bahwa prinsip *tauhid*, dalam hal ini, masih kurang dipatuhi oleh pedagang.

2. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ Equilibrium)

Ekonomi islam memandang bahwa pasar, negara, dari individu berada dalam keseimbangan (*iqtisad*), tidak boleh ada subordinat, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. akan tetapi, pasar yang berjalan sendiri secara adil kenyataannya sulit ditemukan. Distorsi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak sebagaimana sesuai dengan firman Allah surat An-Nahl ayat 90 :

* إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعُدْلِ وَإِلَّا هُنَّ مُنْكَرٌ
وَإِنَّهُ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعْظِمُ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٣﴾

Artinya “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebijakan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Prinsip keadilan menuntut supaya setiap orang diperlakukan sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif, aspek keadilan juga mengarah kepada cara mendapatkan harta yang halal.

Dari hasil wawancara kepada 15 pedagang menunjukkan bahwa prinsip keadilan tidak ada satupun informan yang mengimplementasikan, para pedagang 17 Agustus kabupaten Pamekasan melakukan perdagangannya di

tempat yang bukan semestinya, sebagaimana Ketua Komisi I DPRD Pamekasan Ismail mengatakan :

“Keberadaan pedagang di trotowar dan bahu jalan sangat mengganggu lingkungan, mereka mengambil hak orang lain yang seharusnya digunakan untuk pejalan kaki apalagi tempat tersebut termasuk fasilitas umum dan dalam Perda sudah diatur bahwa penjualan di trotoar dilarang, jika hal ini dibiarkan kuatir para pedagang akan semakin menjamur”.⁷

Sebagaimana peneliti melihat langsung kegiatan para pedagang 17 Agustus yang masih tetap bertahan jualan di trotowar dan ruas jalan raya dan memparkirkan kendaraannya bukan pada tempatnya bahkan kendaraannya dijadikan sebagai tempat pangkal jualannya, sehingga hal ini juga melaggeri aturan perda nomor 5 tahun 2008 dan perbup nomor 31 tahun 2016.

Menurut peneliti para pedagang secara konsep ini belum sesuai dengan etika bisnis islam karena merampas hak-hak orang lain seperti trotoar yang seharusnya untuk jalan kaki, jalan umum yang seharusnya untuk pengendara, munculnya pedagang-pedagang baru di luar pasar dengan barang dagangan yang sama dengan di dalam pasar, membuat pembeli enggan masuk ke dalam pasar karena mereka bisa mendapatkan barang di luar pasar dengan kualitas yang sama dan lebih murah. Keadaan semacam ini menimbulkan masalah baru bagi pengelola pasar 17 Agustus yang berdampak kepada kemacetan lalu lintas sehingga menimbulkan rawanya kecelakaan

3. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar*/free will)

⁷ Abdul Bari, Penertiban Pedagang Pasar Tidak Jelas, *Radar Madura* (05 Februari 2019), 2.

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum menawarkan dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga. Pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Namun, dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak.

Sebagaimana firman Allah SAW dalam Surat An-nisa' ayat 29 yaitu

يَأَيُّهَا الْذِينَ إِيمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِحْرَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَّحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-sama di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Berdasarkan wawancara kepada 15 pedagang menunjukkan 13 pedagang tidak memaksa pembeli dan dua pedagang memaksa pembeli serta 15 pedagang menunjukkan tidak menjual harga yang lebih murah.

Dua pedagang tersebut yaitu Bapak Hosni selaku pedagang ayam dan Bapak Kardi selaku pedagang kambing menjual dagangannya sama dengan pedagang yang lain akan tetapi mereka sering ngikutin calon pembeli dan merayunya bahkan sampai menyentuh dan nahan pembeli agar pembeli mau membeli dagangannya.

Berdasarkan observasi peneliti di pasar 17 Agustus dalam prinsip kehendak bebas masih ada pemaksaan kepada pembeli yang dilakukan oleh pedagang seperti yang dilakukan Bapak Hosni dan Bapak Kardi selain itu prinsip kehendak bebas yang diwujudkan 15 informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh pedagang sayuran ibu Samiyah, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran.

Menurut peneliti perilaku pedagang 17 Agustus dalam prinsip kehendak bebas sudah terimplementasi walaupun sebenarnya masih ada perilaku pedagang yang masih memaksa dalam menawarkan dagangannya.

Perilaku memaksa pembeli sangat dilarang, hal tersebut dijelaskan dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal

15, menyatakan bahwa “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen”. Manusia bebas menentukan pilihan antara yang baik dan buruk dalam mengelola sumber daya alam, kebebasan untuk menentukan pilihan melekat kepada diri manusia, karena manusia telah dianugrahakan akal untuk memikirkan mana yang baik dan buruk, mana yang *maslahah* dan mana *mafsadah* sehingga dalam perspektif ushul fiqh mengartikan bahwa dalam muamalah islam membuka pintu seluas-luasnya, manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya sesuai dengan kaidah fiqih yaitu “pada dasarnya dalam muamalah segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya”. Namun kebebasan tersebut ada batasan-batasannya.

4. Prinsip bertanggung jawab (*responsibility*),

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah swt) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus di pertanggung jawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis yang berkaitan dengan ketertiban pasar 17 Agustus yaitu bertanggung jawab atas kebersihan dan pencemarannya.

Sebagaimana firman Allah SAW dalam Surat Al-muddatstsir ayat 38
yaitu :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 15 pedagang pasar 17 Agustus menunjukkan dua pedagang yaitu ibu saryani pedagang sayuran dan ibu sahamah selaku pedagang nasi yang mengimplementasikan prinsip tanggung jawab dan sisanya 13 pedagang belum mengimplementasikan prinsip tanggung jawab. Ibu saryani setiap datang dan mau pulang selalu membersihkan tempat yang ditempati bahkan langsung dibuang ke tempat sampah yang sudah disediakan oleh pemerintah sedangkan 13 pedagang hanya peduli saat mau berdagang, saat mau pulang mereka tak memperdulikannya.

Sejalan dengan penjelasan salah satu staf kebersihan pasar bapak Fathor Rahman :

“Kami selaku petugas kebersihan terkadang kesel sama para pedagang yang di luar selain selalu membuat gaduh juga sembarangan membuang sampah padahal sudah ada tempat sampahnya apalagi pedagang kambing yang kambingnya sembarangan pipis dan buang air besar sehingga membuat bau tidak sedap dan pasar tampak kotor”.⁸

Sebagaimana sesuai dengan observasi peneliti di pasar 17 Agustus dalam menjaga kebersihan para pedagang masih kurang menjaga, terbukti

⁸ Fathor Rahman, *Wawancara*, Pamekasan, 28 Juli 2019.

masih banyak sisa-sisa sampah sehabis berdagang, kotoran hewan di pinggir jalan dan membuang sampah ke selokan dan ke sungai.

Menurut peneliti para pedagang pasar 17 Agustus masih belum sepenuhnya menerapakan konsep prinsip bertanggung jawab hal ini menunjukkan masih banyak para pedagang belum menjaga kebersihan dan pasar tampak kotor dan kumuh. Kepedulian terhadap lingkungan adalah sebagai bentuk rasa tanggung jawab sosial yang harus dimiliki oleh setiap para pedagang sehingga pasar akan terjaga dari pencemaran.

Islam sangat memperhatikan kebersihan karena sesungguhnya Allah menyukai kebersihan sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah, Ayat 222 :

Artinya "Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri".

Hidup bersih adalah salah satu unsur penting dalam perilaku beradab serta cara untuk menjaga kesehatan, sebagaimana kesehatan adalah suatu kenikmatan yang harus disyukuri, karena dengan kesehatan kita dapat menikmati kebahagiaan hidup yaitu dengan melakukan rutinitas dan beribadah dengan baik, oleh sebab itu kebersihan dianggap sebagai salah satu bentuk keimanan, sebagaimana sabda Nabi yang diriwayatkan oleh Muslim “kebersihan adalah sebagian dari iman”.

5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*),

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

Sebagaimana firman Allah SAW dalam Surat An-naml ayat 18 yaitu :

حَتَّىٰ إِذَا أَتَوْا عَلَىٰ وَادِ الْنَّمْلِ قَالَتْ نَمْلَةٌ يَأْتِيهَا الْنَّمْلُ أَدْخُلُوا مَسِكَنَكُمْ لَا تَحْطِمُنِّكُمْ

سُلَيْمَانٌ وَجُنُودُهُ وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ

Artinya “Hingga apabila mereka sampai di lembah semut berkatalah seekor semut: Hai semut-semut, masuklah ke dalam sarang-sarangmu, agar kamu tidak diinjak oleh Sulaiman dan tentaranya, sedangkan mereka tidak menyadari”.

Berdasarkan wawancara kepada 15 para pedagang menunjukkan 13 pedagang dalam melayani pembeli dengan cara sopan dan ramah sedangkan dua pedagang yaitu bapak kardi selaku pedagang kambing dan bapak hosni

selaku pedagang ayam menunjukkan cara yang tidak sopan. Dan 15 pedagang menunjukkan kesadarannya namun belum menyadari.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Misyanto, S.Sos, M. M selaku Kasi pengawas Operasi dan pengendalian penertiban, yaitu :

“Ketertiban sebenarnya erat dengan kesadaran masyarakat akan hal itu sedangkan kami lebih kepada tindakan refresif, sebenarnya yang penting kesadaran masyarakat, harus ada keterlibatan semua stakholder terutama tokoh-tokoh agama dan masyarakat, harus ada managemen pasar yang bagus karena ini masalah area atau lingkungan, karena menyadarkan masyarakat ini tidak mudah.”⁹

Namun secara pelayanan kepada pembeli mereka masih bersifat etis sehingga para pembeli juga terasa nyaman belanja di depan pasar. Sesuai dengan wawancara kepada bapak Rahmat selaku pembeli sayuran memaparkan:

“Saya sudah sering beli disini bahkan saya sudah berlangganan tiap hari ke ibu saryani untuk beli kangkung buat burung saya, orangnya baik kok dan pelayanannya juga bagus malah saya sering dikasih lebih, cara ngomongnya juga bagus”.¹⁰

Sebagaimana peneliti melihat langsung cara pelayanannya para pedagang yang ada di luar cukup baik dan sopan sehingga pembeli merasa nyaman membeli, bahkan mereka sangat ramah ketika calon pembeli datang untuk membeli sehingga pelanggan mereka banyak dan loyal.

Menurut peneliti bahwa perilaku pedagang pasar 17 Agustus dalam penerapan prinsip ini masih belum terimplementasi dengan baik, hal ini menunjukkan masih belum adanya kesadaran para pedagang dalam hal

⁹ Misyanto, *Wawancara*, Pamekasan, 17 Juni 2019.

¹⁰ Rahmat, Wawancara, 12 Juli 2019.

peraturan yang berlaku walaupun secara kesopanan para pedagang hampir terimplementasi dengan baik.

Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan bagi para pedagang agar mereka merasa puas dan tertarik untuk kembali lagi membeli karena pembeli adalah raja.

Dalam hal kesadaran, tidak harus bertumpu pada para pedagang tapi juga semua stakholder termasuk pembeli, masyarakat serta pihak pengelola, sehingga ketertiban di pasar 17 Agustus akan tercipta sesuai dengan harapan, jika kesadaran sudah ada dalam setiap stakholder maka tatanan pasar akan rapi dan tampak indah dan tidak menimbulkan perilaku yang kurang etis dalam setiap bisnisnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai perilaku pedagang pasar tradisional di pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan sebagai berikut:

1. Perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan menunjukkan bahwa dalam perilakunya pedagang masih kurang peduli dalam menjaga ketertiban, sering melanggar ketentuan dan aturan ketertiban pasar. Selain itu, masih banyak pula pedagang yang bandel meski sudah mengetahui tata tertib dan keamanan yang berlaku. Pelanggaran yang banyak terjadi tetap jualan di pinggir jalan.
 2. Upaya pemerintah dalam menyikapi perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan bahwa upaya yang sudah dilakukan oleh pihak pihak terkait mengenai perilaku pedagang pasar 17 Agustus adalah :
 - a. Kordinasi dengan pihak SATPOLPP, DISHUB, Koramil, kepolisian Kabupaten Pamekasan
 - b. Teguran
 - c. Menakut nakuti
 - d. Memasang spanduk
 - e. Penggusuran

3. Persepektif etika bisnis islam pada perilaku pedagang pasar tradisional dalam menjaga ketertiban di pasar 17 Agustus Pamekasan pada prinsip *tauhid*, prinsip keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*), Prinsip kehendak bebas (*ikhtiar/free will*), Prinsip bertanggung jawab (*responsibility*) dan Prinsip kebajikan (*Ihsan*) masih belum sepenuhnya terimplementasi dengan baik oleh para pedagang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi pedagang

- a. Pedagang yang menempati jalan dan trotoar di pasar tradisional 17 Agustus Kabupaten Pamekasan diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang dijalankan setiap hari tetap memegang teguh niai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan pemerintah setempat.

b. Sebaiknya perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh kepada etika bisnis islam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut, dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis islam namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.

2. Bagi pihak pengelola / Pemerintah

 - harus ada ketegasan kepada pedagang dalam hal penertiban.
 - harus ada pengawasan yang inten terutama pada hari pasaran.

- c. harus ada kordinasi yang baik kepada pihak-pihak yang terkait seperti halnya kepada pihak SatpolPP, pihak dishub, koramil, serta kepolisian.
 - d. Mengevaluasi managemen pasar.
 - e. Menyediakan tempat yang layak buat pedagang yang ada di depan pasar agar tidak mengganggu jalan.
 - f. Memperluas area parkiran
 - g. Memberikan sangsi bagi yang melanggar sebagai efek jera.
 - h. Melakukan pendekatan kepada tokoh agama dan tokoh masyarakat agar kesadaran masyarakat khusus prilaku pedagang bisa memahami pentingnya etika bisnis islam dalam berdagang.

3. Studi yang dilakukan oleh penelitian masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Boedi. *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2011

Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV ALFABETA, 1994.

Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfa Beta, 1993.

Analiansyah. "Ulil Amri Dan Kekuatan Produk Hukumnya (Kajian Terhadap Perspektif Teungku Dayah Salafi Aceh Besar)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 02, Desember 2014.

Anies. Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006.

Amstrong, Philip Kotler dan Gary. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurwan. Jakarta: Erlangga, 1997.

Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

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

A. Bilas, Richard. *Ekonomi Mikro*, terj. Gunawan Hutaikur. Jakarta: Erlangga. 2002.

A. Mas'adi, Ghufron. *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002).

A. Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Bari, Abdul. Penertiban Pedagang Pasar Tidak Jelas, *Radar Madura*. 05 Februari 2019.

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.

Budi Martini, Luh Kadek, dkk. *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Upaya Mengantisipasi Pertumbuhan Pasar Modern Di Bali*, Lembaga Penelitian Dan Pemberdayaan Masyarakat (Lppm), Unmas Denpasar, Agustus 2016.

- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Devos. *Pengantar Etika*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987.
- Damsar. *Sosioologi Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2002.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Bandung: CV Diponegoro, 2005.
- Devayanti Dewi, Ni Komang, "Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan", *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1, 2018.
- Emzir. *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarat: Rajawali Pers, 2012.
- E-journal.uajay.ac.id/835/3/2TA1204.pdf, pada tanggal 19-09-2015
- Farida, Alimatul. "Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, 2.
- Furchan, Arif. Pengantar *Penelitian dalam Pendidikan*, Surabaya: Usaha Nasional, 2002.
- Fauroni, R. Lukman. Etika *Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.
- Hamid, Abu bin Muhammad bin Muhammad al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-Din, juz 3* Beirut: Dar al Ma'rifah, t.t
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups; Sebagai Instrumen Panggilan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Hamidi. *Metode Penelitian Kualitatif*, Malang: UMM Press, 2010.
- Hakim, M. Arif. Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar, *Jurnal Istishadia*, Vol. 8, No. 1, Maret , 2015.

- Hermawan, Yoni, Roesman, H. Oman. "Perilaku Pedagang Sayur Dalam Mengelola Kebersihan Lingkungan Hidup", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, Agustus 2008.
- Idri. *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Persepektif Hadis Nabi)* Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016.
- Istiqaroh, Choirum Rindah dan Angga, Yowandasa. "Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Madiun Dan Upaya Peningkatannya", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 2, September 2012.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- J. Moleong, Lexy. Metode *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT.Remaja Rosdakarya, 2001.
- Jauhari, Sofuan. *Keuangan Inklusif untuk Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro*, Surabaya: UINSA.
- Muhsinat, Diaul. Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Studi Kasus Pasar Cekkeng di Kab. Bulukumba" Skripsi UIN Alauddin Makasar, 2016.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Malano, Herman. Selamatkan *Pasar Tradisional : Potret Ekonomi Rakyat Kecil* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Yogyakarta: Rakasasin, 2000.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004.
- Muslich, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Ekonesia, 2004.
- Mufid, Muhammad. *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Mustaq, Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001.

- Muzaiyin, Alwi Musa, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, Januari 2018.

M. Moefad. Perilaku *Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social*. Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKABA, 2007.

M. Nur Rianto. Pengantar *Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Nurhayati, Siti Fatimah. "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 18, No. 1, Juni 2014.

Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2009.

Peraturan Menteri Perdagangan, *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Nomor 70, 2013.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012.

Peraturan Menteri Perindustrian dan perdagangan, No. 3, 1998.

Prastowo, Rokmad. "Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan". Skripsi Universitas Sebelas Maret, 2008.

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Rahmi, Ain. "Mekanisme Pasar dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2, 2015.

Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners, *Intermediate Microeconomics Theory*, ed. terj. Haris Munandar, *Teori Mikro ekonomi Intermediate*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.

Samri, Yenni. "Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 3, No. 1, 2018.

- Sumaria, Anis. "Kebijakan Pemerintah Dalam Penataan Keberadaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Klaten Naskah Publikasi". Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Subandi, Bambang. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, Surabaya: Paramedia, 2000.
- Sujatmiko, Eko. *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014.
- Suhendi, Heri. *Fiqih Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Sulaiman, Mubarak bin Sulaiman bin Muhammad Ali. *Ahkam al-Ta'a mul fi al-Awsaq al-Maliyah al-Mu'asirah*. Riyad: Dar Kunuz Ishbiliya, 2005.
- Sulistyo, Heru dan Cahyono, Budhi, "Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat Di Kota Semarang", *Jurnal EKOBIS*, Vol. 11, No. 2, Juli 2010.
- Sugiyono, Metode *Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sutami, Wahyu Dwi. "Strategi *Rasional* Pedagang Pasar Tradisional", *BioKultur*, Vol.1, No.2, Juli- Desember, 2012.
- Sudrajat, Arip Rahman, dkk. "Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang", *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*, Vol. 6, No. 1, 2018.
- Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015.
- Syahputra, Rahman "Manajemen Optimalisasi Pengelolaan Pasar Tradisional", *Jurnal Demokrasi & Otonomi Daerah*, Vol. 14, No. 3, September 2016.
- Umar, Husein. Business *an Introduction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Veitzal, Rivai. Nuruddin Amiur, Arfa Ananda Faisar. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.

Wazin, "Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1, No.1. Januari- Juni 2014.

Wibowo, Sukarno dan Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka setia, 2013.

Wicaksono, Lulud N. "Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Program Erlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10, No. 6, Februari 2010.

Zakiyah, Wirawan, Bintang. "Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)", *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 4.

Zubbir, Achmad Charris. *Kuliah Etika*. Jakarta: Rajawali Press, 1995.