

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Pasar Desa**

###### **a. Pengertian Pasar Desa**

Kasmir mendefinisikan pasar tradisional adalah sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran<sup>1</sup>

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.<sup>2</sup>

Menurut Permendagri No. 42 Tahun 2007 tentang pengelolaan pasar desa, pasar desa adalah pasar tradisional yang berkedudukan di desa, menempati lahan milik pemerintah desa (lahan kas desa) maupun masyarakat (wakaf), dikelola dan dikembangkan oleh Pemerintah Desa

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 156

<sup>2</sup> Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa

dan masyarakat baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dalam pembiayaannya.<sup>3</sup> Tentang pengelolaan pasar desa disebutkan pula bahwa adapun pengelolaan pasar desa dilaksanakan pemerintah desa yang secara terpisah dengan manajemen pemerintahan desa. Pemerintahan desa dapat menunjuk pengelola dari masyarakat setempat untuk mengelola pasar desa.

#### b. Potensi Pasar Desa

Potensi adalah suatu bentuk sumber daya atau kemampuan yang cukup besar namun kemampuan tersebut belum tersingkap dan belum diaktifkan. Pendek kata, arti potensi adalah kekuatan terpendam yang belum dimanfaatkan, bakat tersembunyi, atau keberhasilan yang belum diraih padahal sejatinya mempunyai kekuatan untuk mencapai keberhasilan tersebut.<sup>4</sup>

Potensi pasar adalah seluruh ukuran pasar untuk suatu produk pada waktu tertentu. Ini mewakili batas atas pasar untuk suatu produk. Potensi pasar biasanya diukur dalam nilai penjualan atau volume penjualan. Perkiraan potensi pasar sering berfungsi sebagai titik awal untuk mempersiapkan perkiraan penjualan. Potensi penjualan adalah angka yang menunjukkan total pembelian dari semua calon pembeli produk.

---

<sup>3</sup> <http://bapemas.jatimprov.go.id/program/kegiatan-ppm/626-pengembangan-pasar-desa> diakses pada tanggal 1 Juni 2020

<sup>4</sup> Djati Mardiatno, *Potensi Sumberdaya Pesisir Jepara*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2018), hlm 32

Dalam hal ini, potensi penjualan umumnya merupakan persentase dari total potensi pasar.<sup>5</sup>

c. Daya Tarik Pasar Desa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, daya tarik memiliki sebuah definisi yaitu suatu hal yang dapat menarik perhatian.<sup>6</sup> Teller dan Reutterer mengelompokkan hal-hal yang terkait daya tarik padar atau retail yang dapat mempengaruhi persepsi dalam berbelanja, antara lain :

1. Lokasi

Lokasi yang dimaksud disini adalah jarak antara lokasi pasar dengan tempat tinggal, area parkir dan aksesibilitas menuju pasar.

2. Pedagang dan Produk

Pedagang dan produk merupakan adanya jaminan pemenuhan kebutuhan konsumen.

3. Lingkungan

Lingkungan dalam hal ini adalah terkait dengan kebersihan dan kenyamanan.<sup>7</sup>

Daya tarik pasar merupakan salah satu bentuk kompetisi pasar. Menurut Fox dan Sethuraman terdapat beberapa hal yang merupakan

---

<sup>5</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm 186

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2011) hlm 300

<sup>7</sup> Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional : Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota*, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020) hlm 33

dimensi pada kompetisi pasar yaitu harga barang, keanekaragaman atau ketersediaan produk, dan lokasi dari pasar itu sendiri.<sup>8</sup>

d. Peran Pasar Desa

Pasar desa merupakan institusi ekonomi yang paling tidak mempunyai 3 peran utama, yaitu :

1. Pasar desa sebagai sebagai entitas ekonomi, pasar desa merupakan penggerak roda ekonomi perdesaan baik pada sektor perdagangan, industri maupun jasa,
2. Pasar desa sebagai entitas sosial, pasar desa sangat kuat dalam mempertahankan budaya lokal, yaitu budaya gotong royong, kebersamaan dan kekeluargaan. Pertemuan antara penjual dan pembeli, tidak hanya untuk transaksi ekonomi, tetapi sekaligus menjadi media interaksi sosial.
3. Pasar desa sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Pemerintah Desa (PADes), pasar desa bisa menjadi pundi-pundi dana desa yang berasal dari retribusi para pedagang dan penjual jasa yang beraktivitas didalam dan sekitar pasar desa.<sup>9</sup>

e. Strategi Pengembangan Pasar Desa

Sebuah pasar adalah sebuah mekanisme yang melahirkan para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang

---

<sup>8</sup> Gagas Ulung, *Pasar nye Jakarta*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2016) hlm 12

<sup>9</sup> Anung Pramudyo, *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*, (Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi : ISSN 2252-5483, 2014) hlm 88

umum, pasar merupakan tempat dimana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa.<sup>10</sup> Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan organisasi, sekumpulan orang yang melakukan transaksi jual beli disebut organisasi pasar.

Dalam hal ini peran revitalisasi dalam pengembangan pasar tradisional tentang pengaturan, pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan pasar milik pemerintah daerah serta untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada pedagang yang memanfaatkan fasilitas pasar sebagai tempat menjalankan usahanya agar terselenggaranya proses jual beli yang aman dan nyaman.

## **2. Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

### **a. Pengertian Ekonomi Islam**

Terdapat pengertian mengenai ekonomi Islam menurut ahli, sebagai berikut:

- a. Menurut M. Umar Chaptra ekonomi Islam adalah merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang membantu manusia dalam mewujudkan kesejahteraan melalui alokasi dan distribusi berbagai sumber daya langka sesuai dengan tujuan yang ditetapkan berdasarkan syariaah tanpa mengekang keseimbangan makro

---

<sup>10</sup> Samuelson, *Ilmu Mikro ekonomi Terjemahan Nur Rosyidah Dkk* (Jakarta: Media Global Edukasi, 2003), hlm. 29.

ekonomi atau melemahkan solidaritas keluarga dan sosial serta ikatan moral yang terjalin pada masyarakat.<sup>11</sup>

- b. Menurut Ash-shidiqi ilmu ekonomi Islam adalah respon terhadap pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Usaha keras mereka ini dibantu oleh Al-Qur'an, sunnah, akal (*ijtihat*), dan pengalaman.<sup>12</sup>
- c. Menurut Yusud Qardhawi ekonomi syariah atau ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan pada ketuhanan. Esensi sistem ekonomi ini bertitik tolak dari Allah Azza Wa Jalla, tujuan akhirnya kepada Allah dan memanfaatkan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah.<sup>13</sup>

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi adalah usaha yang dilakukan oleh masyarakat atau individu secara luas untuk mengelola sumber daya yang ada dengan maksimal. Ekonomi Islam adalah cara seseorang dalam menjalankan pengelolaan terhadap sumber daya yang berdasarkan pada Al Quran dan Hadist untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menekankan karakter *komprehensif* tentang subjek dan didasarkan atas nilai moral ekonomi Islam yang bertujuan mengkaji kesejahteraan manusia yang dicapai melalui pengorganisasian sumber-sumber alam berdasarkan kooperasi dan partisipasi.

---

<sup>11</sup> Yoyok Prasetyo, *Ekonomi Syariah*. (Bandung : Pustaka Setia. 2012), hlm 2

<sup>12</sup> Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Prenadamedia. 2008), hlm. 2

<sup>13</sup> Yoyok Prasetyo, *Ekonomi Syariah*.....hlm 2

## b. Mekanisme Pasar dalam Islam

Aspek sosiologis adalah sudut pandang yang digunakan dalam sosiologi guna memahami kenyataan sosial, termasuk di dalamnya kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan ekonomi<sup>14</sup>. Mekanisme pasar menurut aspek sosiologis adalah sebagai berikut :

1. Penawaran dan permintaan pasar mempengaruhi pembentukan harga
2. Transaksi antara penjual dan pembeli adalah transaksi berdasarkan suka sama suka.
3. Boleh mengambil laba tetapi dengan syarat tidak berlebihan.
4. Jangan menjadikan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya sebagai halangan dalam berbuat kebaikan.
5. Penjualan barang , hanya untuk barang yang bermanfaat dan halal
6. Di pasar yang adil, jangan sampai ada intervensi dari manapun. Tidak ada permintaan barang untuk kemewahan dan kemubaziran
7. Permintaan untuk kebutuhan dasar masyarakat kurang mampu meningkat disebabkan oleh anjuran infak sedekah, kewajiban zakat, dan kewajiban pemenuhan kebutuhan dasar oleh negara<sup>15</sup>.
8. Penawaran menurut islam :
  - a. Barang yang diproduksi hanyalah barang yang halal dan bermanfaat.

---

<sup>14</sup> Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Pasar cetakan ke-5*, (Jakarta : Prenadamedia Grup, 2016), hlm 43

<sup>15</sup> *Ibid*

- b. Pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat adalah produksi yang diutamakan
  - c. Mempertimbangkan *cost-benefit* dunia akhirat
9. Ketidaksempurnaan pasar (*market imperfection*) disebabkan oleh
- a. Kekuatan pasar, yang mempunyai hal ini bisa menentukan harga dan kuantitas keseimbangan.
  - b. *Eksternalitas*, aktivitas konsumsi dan produksi dipengaruhi oleh pihak lain.
  - c. Informasi yang tidak sempurna dapat mengakibatkan inefisiensi dalam permintaan dan penawaran.<sup>16</sup>
10. Dalam Islam hal-hal di atas diakui sebagai ketidaksempurnaan pasar dan ditambah dengan faktor lain yang menyebabkan *distorsi*, *distorsi* adalah keadaan pasar yang tidak efisien sehingga mengganggu pelaku ekonomi untuk memaksimalkan kesejahteraan sosial dan menyebabkan kecurangan dan ketidakadilan dalam pasar). Hal-hal yang menyebabkan *distorsi* pasar yaitu :
- a. Rekayasa dari penawaran dan permintaan
  - b. *Ba'i najasy* yakni produsen menyuruh orang lain untuk menawar barang produksi dengan harga tinggi atau menyuruh orang lain untuk memuji produksinya. Hal ini dilakukan supaya orang lain terpengaruh.

---

<sup>16</sup> *Ibid...* hlm 58

- c. *Ihtikar* yakni mendapatkan keuntungan diatas keuntungan yang biasanya atau normal dengan cara menahan suatu barang agar tidak sampai beredar di pasar hal ini dilakukan supaya harga naik.
- d. *Tadlis* atau penipuan, *tadlis* atau penipuan disini ada empat jenis yakni *tadlis* kuantitas, *tadlis* kualitas, *tadlis* harga, dan *tadlis* waktu penyerahan
- e. *Ghaban faa-hisy* adalah menjual suatu barang dengan harga diatas harga pasar atau umumnya.
- f. *Tallaqi rukban* adalah pedagang membeli barang dari penjual. Harga beli yang dibayarkan terlalu murah dari harga umumnya.<sup>17</sup>
- g. *Taghrir* atau ketidakpastian, dibagi menjadi empat yakni *taghrir* kualitas, *taghrir* kuantitas, *taghrir* harga, *taghrir* waktu penyerahan.<sup>18</sup>

### c. Hisbah Pasar

Menurut Romly hisbah didefinisikan sebagai lembaga pengawasan yang berwenang membuat aturan-aturan tentang perdagangan. Dalam pengertian luas hisbah adalah untuk menjamin jalannya kebaikan pada saat tingkat kebaikan menurun dan mencegah kejahatan pada saat tingkat kejahatan meningkat. Dalam pengertian sempit hisbah adalah untuk mengawasi pasar untuk menjamin keadilan

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka setia, 2013), hlm. 203-205

dan tata niaga yang adil dalam interaksi manusia untuk mencegah perbuatan dzalim.<sup>19</sup>

Dalam sisi pengawasan pasar, Umar mempunyai perhatian besar terhadapnya. Buktinya bahwa Umar berkeliling sendiri di pasar-pasar, padahal dia adalah seorang khalifah umat islam, untuk mengawasi transaksi didalamnya. Berikut ini tujuan terpenting pengawasan pasar dan aturan transaksi didalamnya menurut apa yang disebutkan dalam Fiqih Ekonomi Umar Radhiyallahu Anhu :

1. Kebebasan Keluar Masuk Pasar

Agar pasar tetap terbuka bagi semua orang yang bertransaksi di dalamnya maka Umar Radhiyallahu ‘Anhu memperbolehkan untuk membatasi setiap tempat di pasar, atau menguasai tempat tanpa memberi yang lain tetapi membiarkan orang memilih tempatnya di pasar selama dia masih berjual beli. Apabila dia selesai, maka tempat itu untuk siapa yang lebih dulu datang.

2. Mengatur Promosi dan Propaganda

Salah satu tujuan Umar dalam pengawasan pasar adalah menunjukan para pedagang tentang cara-cara promosi dan propaganda yang menyebabkan lakunya dagangan mereka.

3. Larangan Menimbun Barang

---

<sup>19</sup> Romly. *Al Hisbah Al Islamiyah Sistem Pengawasan Pasar dalam Islam*. (Yogyakarta: Deepublish Publisher. 2019) hlm 28

Penimbunan barang adalah halangan terbesar dalam pengaturan persaingan dalam pasar islam. Hal tersebut karena pengaruhnya terhadap jumlah barang yang tersedia dari barang yang ditimbun, di mana beberapa pedagang memilih untuk menahan barang dagangannya dan tidak menjualnya karena menunggu naiknya harga. Perilaku ini mempunyai pengaruh negatif dalam fluktuasi kemampuan persediaan dan permintaan barang.<sup>20</sup>

#### 4. Mengatur Perantara Perdagangan

Umar memerintahkan manusia untuk melaksanakan pesan Nabi Muhammad, dan berkata, janganlah orang yang tahu menjual kepada orang yang tidak tahu. Umar memerintahkan untuk menunjukan para pedagang dari orang Badui ke pasar, memberitahukan mereka jalan menuju pasar, agar mereka mengetahui dengan sempurna keadaan pasar dan harga-harga, dan mereka bisa sampai ke pasar dan menjual barang dagangannya sesuai kehendaknya.<sup>21</sup>

#### 5. Pengawasan Harga

Umar memiliki perhatian yang besar dalam mengikuti perkembangan harga dan mengawasinya. Tidak diragukan bahwa tingkat harga dianggap sebagai indikasi terbesar tingkat mata pencaharian. Tidak mengherankan bila islam menganggap kenaikan

---

<sup>20</sup> Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, Fikih Ekonomi Umar Al-Khatib, (Jakarta: Khalifa (Pustaka Al-Kautsar Grup, 2003), hlm. 599

<sup>21</sup> *Ibid*

harga sebagai suatu musibah, suatu bencana yang turun karena dosa manusia.

Yang dimaksud menentukan harga adalah apabila penguasa atau wakilnya atau siapa saja yang memimpin umat islam memerintahkan pelaku pasar untuk tidak menjual barang nya kecuali dengan harga tertentu, maka dilarang untuk menambah atau mengurangnya untuk kemaslahatan. Umar adalah orang pertama yang melakukan campur tangan untuk mengatur harga dalam islam. Atsar yang berbicara tentang campur tangan Umar dalam mengawasi harga.<sup>22</sup>

#### d. Jual Beli dalam Islam

Manusia hidup di dunia secara individu mempunyai kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi, baik itu berupa sandang, pangan papan dan lain sebagainya.kebutuhan seperti itu tidak pernah terputus dan tidak pernah terhenti selama manusia itu hidup. oleh karena itu, tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dalam memenuhi kebutuhan itu selain dengan cara pertukaran, yaitu dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan.

Jual beli ini adalah suatu perkara yang telah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu yaitu sejak zaman para Nabi hingga saat ini. dan Allah mensyariatkan jual beli ini sebagai pemberian keluangan dan

---

<sup>22</sup> *ibid*

keleluasaan dari-Nya untuk hambahamba-Nya itu dalam surat tentang diperbolehkan jual beli ini didasarkan pada Firman Allah yang berbunyi:

Q.S. Al-Baqarah ayat: 275

ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا<sup>ج</sup>

Artinya :

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.<sup>23</sup>

Maksud dari potongan ayat ini yaitu bisa jadi merupakan bagian dari perkataan mereka (pemakan riba) dan sekaligus menjadi bantahan terhadap diri mereka sendiri. Artinya, mereka mengatakan hal tersebut (*Innam al-bai'u matsalu al-riba*) padahal sebenarnya mereka mengetahui bahwasanya terdapat perbedaan antara jual beli dan riba.

Jadi, ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT, memperbolehkan kepada manusia untuk melaksanakan transaksi jual beli demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi tentu saja transaksi jual beli itu harus sesuai dengan koridor atau ketentuan yang telah Allah SWT berikan. Dan Allah menyerukan kepada manusia agar mencari karuniannya dan selalu ingat kepadanya.

#### e. Perilaku Pedagang

Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu.<sup>24</sup> Dalam Kamus

<sup>23</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung : CV. Nur Alam Semesta, 2013) hlm. 48

<sup>24</sup> Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 11-12

Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan<sup>25</sup>

#### 1. Kebersihan

Kebersihan adalah hal senantiasa diajarkan dalam agama Islam. Diseluruh aspek kehidupan kebersihan adalah hal yang utama. Salah satu penerapan mengenai kebersihan ada pada berdagang. Dalam berdagang, barang dagangan yang baik adalah barang yang halal dan baik, baik dalam hal ini adalah bersih dan sehat..

Makanan yang halal adalah makanan yang baik cara memperolehnya ataupun halal dzatnya. Makanan yang baik belum tentu halal, tetapi makanan yang halal sudah dipastikan baik. Contohnya dari barang yang baik tetapi tidak halal adalah bahan bahan makanan yang cara memperolehnya dengan cara yang tidak baik seperti mencuri, merampok, dan lain lain. Suatu makanan akan menjadi haram jika diperoleh dengan cara yang tidak diperbolehkan oleh agama.<sup>26</sup>

#### 2. Kejujuran

Jujur adalah lurus hari ; tidak berbohong (misalnya dengan berkata apa adanya), tidak curang, tulus, ikhlas. Kejujuran adalah sifat (keadaan) jujur, ketulusan hati, kelurusan hati, atau sifat yang suka akan kebenaran. Suatu persetujuan tertentu berupa rangkaian

---

<sup>25</sup> *Ibid*

<sup>26</sup> Diaul Muhsinat. *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Pasar Tradisional Cekkeng Kab. Bulukumba*, (Makassar : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hlm 30

kata-kata sebagai gambaran dari suatu hubungan antara kedua belah pihak. Seperti halnya dengan sebuah buah perbuatan seorang manusia, maka gambaran ini tidak ada yang sempurna. Kalau orang mulai melaksanakan persetujuan itu, timbulah bermacam-macam persoalan yang pada waktu persetujuan terbentuk, sama sekali tidak atau hanya sedikit tampak pada alam pikiran dan alam perasaan kedua belah pihak. Di sinilah penting dari makna kejujuran yang harus dikejar dalam melaksanakan persetujuan.<sup>27</sup>

### 3. Tawar menawar

Hampir semua orang tahu bahwa tawar-menawar antara pembeli dan penjual adalah merupakan salah satu ciri khusus yang ada dalam dunia perekonomian pasar, termasuk di dalamnya pasar-pasar Islam atau Islami. Dalam hal tawar menawar, ekonomi perdagangan Islam memberikan tuntutan etika yang sangat berharga, yaitu larangan mencampuri apalagi menggajal penawaran yang tengah diajukan oleh pihak lain.<sup>28</sup>

### 4. Menghindari jual beli yang diharamkan

Secara umum, Allah SWT menghalalkan jual beli atau perdagangan dan mengharamkan riba. Jual beli yang dihalalkan pada dasarnya adalah jual beli yang *mabrur*, yakni jual beli yang bersih dari unsur-unsur keharaman, kemaksiatan, dan kemungkaran hukumnya dalah

---

<sup>27</sup> Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi*, (Jakarta : Khoalam Publishing, 2008), hlm 317

<sup>28</sup> *Ibid...* hlm 319

haram dan karenanya maka tidaklah termasuk dalam jenis-jenis *mabrur*.<sup>29</sup>

#### 5. Menghindari Gharar

Gharar dalam bahasa arab adalah Al Khatr (pertaruhan). Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah gharar adalah sesuatu yang tidak jelas perolehannya. Sedangkan syaikh As-Sa'di menjelaskan bahwa gharar adalah pertaruhan dan ketidakjelasan dan kedua hal tersebut berkaitan dengan perjudian. Gharar adalah ketidakpastian terhadap suatu barang yang diperjualbelikan, bisa mengakibatkan penipuan. Jual beli dengan memakai sitem gharar dilarang dilakukan karena mengandung unsur memakan harta orang lain dengan cara yang tidak baik.

### 3. Mekanisme dan Penetapan Harga dalam Islam

#### a. Penentuan Harga dalam Islam

Dalam konsep Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada suatu tingkat harga, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al Quran surat An-Nisa ayat 29 :

---

<sup>29</sup> *Ibid...* hlm 329

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿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-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>30</sup>

Menurut Ibnu Taymiyah faktor yang mempengaruhi permintaan dan konsekuensinya terhadap harga salah satunya adalah tambahan biaya yang dibebankan bagi pedagang seperti sewa dan sebagainya. Dengan jenis produk yang sama pedagang yang memiliki tanggungan lebih besar akan memberikan harga tinggi dibandingkan pedagang yang tidak memiliki beban tanggungan biaya sewa.<sup>31</sup>

#### b. Intervensi Pasar

Intervensi pasar adalah suatu kebijakan untuk mempengaruhi harga pasar, dimana kebijakan ini langsung mempengaruhi harga di pasar. Pihak yang melakukan tindakan memengaruhi pasar bisa saja

<sup>30</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung : CV. Nur Alam Semesta, 2013) hlm 420

<sup>31</sup> Iqom Mukhiqom, *Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Terhadap Implementasi Pasar Tradisional Syari'ah Az-Zaritun 1 Surabaya Perspektif Hukum Islam)*, (Yogyakarta : Tesis Tidak Diterbitkan, 2014), hlm. 70

pemerintah ataupun pihak lain yang mempunyai kepentingan atau pihak yang diminta pemerintah untuk melakukannya. Salah satu tujuan pemerintah melakukan Intervensi pasar adalah untuk menjamin agar barang atau jasa yang disediakan kepada masyarakat dijual dengan harga yang murah, tetapi dengan tanpa mengurangi efisiensi pelayanannya. Jadi, masyarakat yang ekonominya tergolong rendah juga bisa membeli barang tersebut, sehingga diharapkan akan tercipta keseimbangan dalam sektor ekonomi dalam suatu wilayah tertentu. Salah satu contoh yang bisa kita perhatikan dalam kehidupan sehari-hari adalah harga barang atau jasa untuk kebutuhan pokok.<sup>32</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah, tindakan intervensi perlu dilakukan barang yang diproduksi oleh produsen tidak mau diperjualbelikan kecuali dengan harga yang tinggi, sedangkan harga tinggi tersebut bukanlah harga umum yang ada dipasar padahal barang tersebut sangatlah diperlukan oleh konsumen. Intervensi harga sangat erat kaitannya dengan kepentingan masyarakat dalam rangka mencegah ihtikar atau penimbunan barang.<sup>33</sup>

#### c. Regulasi Harga

Regulasi harga adalah pengaturan terhadap harga-harga barang yang dilakukan oleh pemerintah. Regulasi ini bertujuan untuk

---

<sup>32</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013) hlm. 207

<sup>33</sup> *Ibid...* hlm 209

memelihara kejujuran dan kemungkinan penduduk bisa memenuhi kebutuhan pokoknya.

Dalam sejarah Islam, kebebasan ekonomi sudah dijamin dengan berbagai tradisi masyarakat dan dengan sistem hukumnya. Sebagian orang yang berpendapat bahwa negara Islam tidak boleh mencampuri masalah ekonomi dengan mengharuskan nilai-nilai dan moralitas atau menjatuhkan sanksi kepada orang yang melanggarnya. Selain itu, beberapa ulama mengemukakan pendapatnya, antara lain Ibnu Qadamah menyatakan bahwa penetapan harga dari pandangan ekonomis mengindikasikan tidak menguntungkannya bentuk pengawasan atas harga. Ia berkata: „Ini sangat nyata bahwa penetapan harga akan mendorongnya menjadi lebih mahal. Sebab, jika para pedagang dari luar mendengar adanya kebijakan pengawasan harga, mereka tak akan mau menjual barang dagangannya di luar harga yang dia inginkan, para pedagang lokal akan menyembunyikan barang dagangannya dan konsumen tidak merasa puas dengan menghilangnya barang komoditi kebutuhan mereka, atau tidak mampu membeli dikarenakan harganya yang tinggi.<sup>34</sup>

#### **4. Peningkatan Ekonomi**

##### **a. Peningkatan Ekonomi dalam Islam**

Islam menawarkan suatu penyelesaian atas masalah dan menyelamatkan kualitas peningkatan, Islam mengajarkan bersikap

---

<sup>34</sup> Adiwarmar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Ekonomi Makro*, (Jakarta: IIT Indonesia, 2002), hlm 30.

rendah hati dan manusia adalah makhluk yang paling tinggi derajatnya. Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali' Imran ayat 139:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

Artinya :

Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.<sup>35</sup>

Manusia adalah makhluk yang tinggi derajatnya dan manusia adalah makhluk yang paling mulia. Prinsip utama dalam konsep peningkatan menurut pandangan Islam adalah Manusia diberi ilmu akal dan hati untuk terus meningkatkan kemampuannya dari segi teori maupun prakteknya. Peningkatan dapat berupa peningkatan ilmu, peningkatan finansial serta peningkatan religius. Sistem dalam ekonomi Islam merupakan sistem yang adil dan merata dalam mengembangkan dirinya menjadi yang lebih baik. Islam memberikan kebebasan dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya dengan berlandaskan pada norma agama dan budaya yang telah dijelaskan melalui syariat Islam.<sup>36</sup>

Pencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara objektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada

---

<sup>35</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Bina Insani, 2010), hlm 67.

<sup>36</sup> Afi Fuddin Lutfi, *Pengembangan Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang di Pasar Bandung Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam*, (Tulungagung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), hlm 28

masyarakat melalui kewajiban membayar zakat, mengeluarkan infak, serta shodaqoh. Islam adalah agama yang luas kegiatan muamalah adalah kegiatan dianjurkan oleh Islam, dengan adanya muamalah atau kegiatan ekonomi diharapkan pemerataan pendapatan dapat terasa secara merata. Usaha yang dilakukan oleh manusia secara fisik maupun mental dalam peningkatan dirinya dalam rangka menghasilkan produk dalam bentuk barang maupun jasa.

Kegiatan berdagang adalah kegiatan yang mulia apabila dilakukan dengan kejujuran dan keadilan transaksi yang dilakukan atas dasar kerelaan. Pasar sebagai sarana bertemunya antara penjual dan pembeli memudahkan berkumpulnya semua jenis barang dan jasa untuk bertukar barang maupun komoditi.<sup>37</sup>

## b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Ekonomi

### 1. Tanah dan Kekayaan Alam

Kekayaan alam akan dapat mempermudah usaha untuk meningkatkan maupun mengembangkan perekonomian, turata pada masa-masa permulaan proses dari pertumbuhan ekonomi. Kekayaan alam suatu negara meliputi luas dan kesubura tanah, keadaan iklim dan cuaca, jumlah dan hasil hutan dan hasil lautan yang diperoleh, jumlah dan jenis kekayaan barang tambang.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Afi Fuddin Lutfi, *Pengembangan Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang di Pasar Bandung Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam*, (Tulungagung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), hlm 39

<sup>38</sup> Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 429

## 2. Jumlah dan Mutu dari Penduduk

Penduduk yang bertambah dari waktu ke waktu dapat menjadi pendorong maupun penghambat kepada peningkatan ekonomi. Penduduk yang bertambah akan memperbesar jumlah tenaga kerja, dan penambahan tersebut memungkinkan negara ini menambah produksi.<sup>39</sup>

## 3. Sistem Sosial dan Sikap Masyarakat

Sistem sosial dan sikap masyarakat penting peranya dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Sikap masyarakat menentukan sampai dimana pertumbuhan ekonomi dapat dicapai. Sikap masyarakat yang mampu memberikan dorongan dalam pertumbuhan ekonomi, sikap yang selalu berusaha untuk menambah pendapatan yang diharapkan.<sup>40</sup>

### **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Afandi dengan judul Potensi “Pasar Jongkok” dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktifitas pedagang dalam menjalankan kegiatan ekonomi, potensi pasar jongkok dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, perspektif Ekonomi Islam tentang pasar jongkok. Lokasi penelitian ini adalah di Pasar Jongkok Pekanbaru Riau. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Secara umum baik dari segi barang dagangan, tempat usaha,

---

<sup>39</sup> Ibid...hlm 430

<sup>40</sup> Ibid...hlm 432

dan harga pada pasar jongkok tidak melanggar syari'at Islam tetapi dari segi tata cara pemasaran masih terdapat ketidak jujuran meskipun begitu pasar ini sangat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Persamaan pada penelitian ini adalah jenis penelitiannya sama, deskriptif kualitatif. Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitiannya. Selain itu, persamaan skripsi lainnya adalah memakai perspektif islam dalam penelitian. Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian.<sup>41</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Isnawati dengan judul “Peranan Pasar Tradisional di Kelurahan Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Perekonomian Pedagang Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”. Subjek pada penelitian ini adalah Pasar Tradisional Ukui yang berada di Kelurahan Ukui dan Objek penelitian adalah para pedagang yang ada di Pasar Tradisional Ukui. Hasil dari penelitian ini adalah peranan pasar dalam memberikan pelayanan pada pedagang dapat dikatakan sudah baik, meskipun masih ada kekurangan yang perlu diperbaiki lagi agar tidak terjadi perselisihan antara pedagang. Karena pedagang selama ini membayar uang retribusi agar mendapatkan kenyamanan, keamanan. jika kondisi pasar terjaga dengan baik tentunya dengan hal itu para pengunjung juga akan merasa nyaman dalam berbelanja. Beberapa pedagang masih ada yang melakukan kecurangan. Kecurangan ini terjadi karena kurangnya pengawasan pihak pengelola. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian ini adalah sama-

---

<sup>41</sup> Achmad Affandi. *Potensi “Pasar Jongkok” Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Jongkok, Kel. Sidomulyo Barat, Kec. Tampan Pekanbaru)*, (Riau : UIN Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)

sama menjadikan pasar sebagai subyek penelitian dan menjadikan para pedagang pasar sebagai objek penelitian. Jenis penelitiannya pun juga sama yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitiannya yang berbeda yakni pada pasar tradisional di Kelurahan Ukui dan pasar senggol bangoan di Tulungagung.<sup>42</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh R.Y. Susanto dengan judul “Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang”. Penelitian ini berlokasi di Pasar Blimbing Lowokwaru Kota Malang. Dalam penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Pasar tradisional Blimbing berpotensi terhadap pendapatan masyarakat di wilayah Blimbing Kecamatan Lowokwaru yang bekerja lebih dari 3 jam sehari dengan pendapatan rata-rata sebesar Rp. 3.000.000 dan Pasar tradisional Blimbing berpotensi terhadap tempat edukasi tentang pasar modal. Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti mengenai potensi pasar. Perbedaannya ada pada fokus penelitiannya. Pada penelitian ini tidak hanya fokus pada potensi pasar blimbing saja tetapi juga fokus pada didirikannya galeri di pasar tersebut.<sup>43</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Diaul Muhsinat dengan judul “Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif

---

<sup>42</sup> Isnawati, *Peranan Pasar Tradisional di Kelurahan Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Perekonomian Pedagang Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, (Riau : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

<sup>43</sup> R.Y. Susanto. *Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol. 6 No. 2 tahun 2008.

Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekeng Kab. Bulukumba)”.<sup>44</sup> Jenis metodologi penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional *cekeng* memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Perilaku ekonomi para pedagang baik dari segi alat timbangan, riba gharar, etika bisnis, dan harga pedagang pada pasar tradisional *cekeng* tidak melanggar syariat Islam, hanya saja dari segi kebersihan perlu diperhatikan lagi. Tidak ada intervensi harga di Pasar Cekkeng, harga terbentuk dengan tawar-menawar standar harga juga mengikuti harga nasional. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada lokasi penelitiannya yakni di Pasar Cekeng yang berada di Kab. Bulukumba. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai potensi pasar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dan metodologi penelitiannya juga sama yakni deskriptif kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul Maskuroh dengan judul “Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perseptif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi, Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)”. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian berada di Pasar Yosomulyo Pelangi di Kota Metro Lampung. Hasil penelitiannya adalah Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro berpotensi di dalam peningkatan perekonomian masyarakat, hal tersebut terbukti dari pengakuan beberapa masyarakat yang ikut

---

<sup>44</sup>Diaul Muhsinat. *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Makassar : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

serta bergabung di Payungi. Kehadiran Pasar Yosomulyo membawa pengaruh yang sangat signifikan di dalam masyarakat baik kreatifitas maupun perekonomian yang membuat taraf hidup masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat semakin meningkat. Perbedaan pada penelitian ini adalah lokasi penelitiannya yang berbeda. Persamaannya adalah menggunakan metodologi penelitian yang sama yakni deskriptif kualitatif.<sup>45</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nia Prasetyaningsih dengan judul “Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Pasar Wringin Binangun Cilacap Jawa Tengah”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini Pasar Tradisional Wringin berpotensi dalam meningkatkan ekonomi pedagang. Adapun potensi pasar Wringin antara lain sumberdaya alam yang berupa sawah, lahan kosong, dan sungai yang, yang kedua sumberdaya ekonomi yang berupa pertanian, peternakan, perikanan, sektor kuliner, serta sektor pariwisata pantai Indah Widarapayung. Perhatian dari pihak pemerintah setempat juga berpengaruh terhadap potensi yang ada di Pasar Wringin. Persamaan penelitian ini adalah metode yang digunakan serta untuk menganalisis pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi yang diteliti dan juga subyek yang diteliti, dalam penelitian ini mengamati tentang potensi pasar tradisional.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Nikmatul Maskuroh. *Peran Pasar Tradisional dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perseptif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi, Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)*, (Lampung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

<sup>46</sup> Nia Prasetyaningsih, *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Pasar Wringin Binangun Cilacap Jawa Tengah*, (Purwokerto : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faizin dengan judul “Peran Pasar Sentral Sayur Dalam Peningkatan Ekonomi Petani Sayur di Desa Bawang Kecamatan Bawang Kabupaten Batang”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini pendapatan pedagang di pasar sentral sayur cukup, bahkan masih ada sisa untuk menabung. Pendapatan yang cukup, mempengaruhi tingkat kesejahteraan para pedagang di pasar rakyat. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti terkait pasar tradisional tetapi memiliki perbedaan dimana penelitian Ahmad Faizin meneliti tentang peran pasar sedangkan penelitian ini adalah terkait potensi pasar. Lokasi penelitian pun berbeda.<sup>47</sup>

### **C. Kerangka Konseptual**

Potensi pasar yang dimaksudkan disini adalah mengenai peluang maksimal dari produk jasa tertentu dalam kurun waktu yang telah ditentukan, misalnya dua tahun. Potensi pasar dapat dianalisis melalui penetapan harga, penataan pasar, dan sarana prasarana yang ada di pasar. Potensi pasar disini juga diartikan sebagai daya tarik pasar. Daya tarik pasar yang membuat pengunjung tertarik untuk datang dan melakukan transaksi jual beli barang ataupun jasa. Potensi pasar senggol berpengaruh dengan ekonomi para pedagang karena dapat dijadikan sebuah pertimbangan dalam menentukan langkah yang strategis untuk meningkatkan pendapatan sesuai prinsip syariah.

---

<sup>47</sup> Ahmad Faizin, *Peran Pasar Sentral Sayur Dalam Peningkatan Ekonomi Petani Sayur di Desa Bawang Kecamatan Bawang Kabupaten Batang*, (Yogyakarta : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)