

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Ekonomi Islam Tentang Pasar

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi dalam istilah Bahasa arab terbentuk dari kata *Al-Iqtisad*, yang secara bahasa berarti kesederhanaan dan kehematan. Berdasarkan makna tersebut kata *Al-iqtisad* menjadi berkembang dan meluas sehingga mengandung makna *ilm Al-iqtisad*, yakni ilmu yang berkaitan dengan ekonomi.

Pengertian ekonomi Islam menurut Pasal 49 Undang-undang Nomor 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama (selanjutnya disingkat UU Peradilan Agama), yang menyebutkan bahwa ekonomi Islam adalah perbuatan atau kegiatan usaha yang dilakukan menurut prinsip Islam, antara lain meliputi: bank syariah, lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, obligasi syariah, dan surat berharga berjangka menengah syariah, sekuritas syariah, pembiayaan syariah, dana pensiun lembaga keuangan syariah, dan bisnis syariah²⁵

Secara garis besar dapat disimpulkan definisi ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam kegiatan

²⁵ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi...*, hal. 2

ekonomi yang mengikuti ajaran agama sesuai dengan Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad SAW, ijma dan qiyas.²⁶

2. Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Mekanisme pasar dalam pertukaran barang dan jasa secara alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia.

Masyarakat sebagai pelaku ekonomi menjadi faktor yang mendominasi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran di suatu tempat atau daerah. Oleh karena itu manusia sebagai pelaku bisnis secara langsung terlibat dalam kegiatan yang harus memperhatikan konsep penjualan dengan tujuan memberikan kepuasan konsumen dalam jangka panjang.

Istilah pasar dapat diartikan bermacam-macam. Seperti yang dikatakan oleh seorang ahli ekonomi yang dimaksud dengan pasar adalah semua pembeli dan penjual yang menaruh minat pada suatu produk. Sedangkan menurut seorang manajer, pasar merupakan semua individu dan organisasi yang menjadi pembeli aktual dan potensial dari satu barang atau jasa.

a. Sejarah Pasar

Dalam artian sempit pasar merupakan tempat dilakukannya kegiatan jual beli berbagai barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan

²⁶ Uswatun Khasanah, Skripsi, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandarjaya Lampung Tengah*, (Lampung Tengah: IAIN Metro, 2018), hal.17

hidup sehari-hari. Secara luas pasar diartikan sebagai proses berlangsungnya transaksi permintaan dan penawaran atas barang dan jasa.

Sejarah terbentuknya pasar sendiri berawal dari kebiasaan masyarakat pada zaman dulu yang melakukan transaksi dengan sistem barter atas barang yang dibutuhkan. Dalam melakukan transaksi berupa barter, manusia menentukan tempat pertemuan yang disepakati bersama dalam melakukan transaksi pertukaran (barter). Dikarenakan hal tersebut, secara tidak langsung tempat pertukaran tersebut lama-kelamaan menjadi pasar. Oleh karena itu pada pasar ini terjadi permintaan dan penawaran atas barang-barang yang diperlukan.

b. Struktur Pasar

Struktur pasar adalah penggolongan produsen pada beberapa bentuk berdasarkan pada ciri-ciri jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatannya. Struktur pasar dibedakan menjadi 4 yaitu:

1) Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran dimana jumlah pembeli dan penjual berjumlah banyak.

2) Pasar Monopoli

Monopoli yang diambil dari Bahasa Yunani dengan arti *monos* (satu) dan *polein* (menjual) merupakan suatu pasar dimana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Dengan penjual yang disebut sebagai monopolis sebagai penentu harga *price maker*.

3) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan pasar dengan satu komoditas yang hanya dikuasai oleh beberapa perusahaan dengan persaingan yang ketat dan strategi pemasaran yang dilandasi oleh daya cipta. Dengan produk yang dihasilkan sangat beragam dan jenisnya dapat berbeda pada masing-masing produsen.

4) Pasar Monopolistik/ Pasar Monopolis

Merupakan suatu bentuk pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tapi memiliki perbedaan karakter tersendiri dalam beberapa aspek yang membedakannya dengan produk lain. Seperti produk berupa shampo yang memiliki kegunaan dalam membersihkan rambut. Namun produsen menciptakan produk yang memiliki ciri khusus seperti perbedaan aroma, warna, dan lain sebagainya.

5) Pasar Duopoli

Pasar duopoly merupakan pasar dengan hanya ada dua perusahaan yang menguasai. Dengan penentuan harga yang dilakukan oleh kedua belah pihak dengan atau tanpa kesepakatan.²⁷

3. Pasar Menurut Ekonomi Islam

Pasar mendapat kedudukan dan memiliki peranan penting dalam ekonomi Islam. Dalam Islam pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal. Islam berusaha untuk menciptakan suatu keadaan pasar yang di dasarkan oleh nilai-nilai syariah. Serta dalam persianganya yang bebas namun tetap dalam norma dan memiliki nilai sesuai dengan syariah Islam.

a. Sejarah Pasar Islam

Sepanjang sejarah kebebasan ekonomi sudah dijamin dengan berbagai tradisi masyarakat dan sistem hukumnya. Dalam penentuan harga Rasulullah tidak bersedia menentukan harga walaupun pada saat harga barang melambung tinggi. Ketidaksiannya di dasarkan atas proses tawar menawar secara sukarela dalam perdagangan yang tidak memaksa dengan cara-cara tertentu. Selama perubahan harga tersebut disebabkan oleh faktor-faktor nyata dalam permintaan dan penawaran yang adil dan tidak didorong oleh monopolitik dan monopsonik, maka tidak berhak bagi kita menetapkan harga pasar.²⁸

²⁷ Yuniarti, *Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam*, Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro, 2013. hal.17

²⁸ Khoiruddin, *Pasar Islam*, Jurnal Asas, Vol. 2, No. 2, Juli 2010. hal.61

Tanggapan ajaran agama Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari firman Allah bahwa perniagaan harus dilakukan dengan baik dan didasari oleh rasa suka sama suka. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat 29:

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

*“Hai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu”*²⁹

Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin. Imam Al-Ghazali dalam kitab karangannya yakni Ihya'Uulumuddin menjelaskan tentang sebab munculnya pasar. “Dapat saja petani hidup dimana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup dimana lahan pertanian tidak ada. Namun, secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat saja terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut. Keadaan ini menimbulkan permasalahan. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak, dan menyimpan hasil pertanian di pihak lain. Tempat inilah yang kemudian didatangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar”. Dari pernyataan Imam Al-Ghazali menunjukan

²⁹ Departemen, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 83

bahwa pasar adalah tempat menampung hasil produksi dan menjualnya kepada mereka yang membutuhkan. Pernyataan tersebut juga menyebutkan bahwa pasar timbul dari adanya *double coincidence* yang sulit bertemu. Maka dalam mempermudah terjadinya proses pertukaran dalam memenuhi kebutuhan diciptakanlah pasar.³⁰

b. Mekanisme Pasar Islam

Mekanisme pasar Islam akan tercermin prinsip syariah yang terbentuk ke dalam nilai-nilai yang secara garis besar dapat dibagi menjadi dua perspektif yaitu makro dan mikro. Nilai syariah yang ada dalam perspektif ekonomi mikro merupakan aspek kompetensi/profesionalisme dan sikap amanah, sedangkan dalam perspektif ekonomi makro nilai-nilai syariah menekankan aspek distribusi, pelarangan riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat pada sistem ekonomi. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa sistem perekonomian Islam dalam pasar yang ditunjukkan tidak hanya kepada masyarakat muslim, melainkan kepada seluruh umat manusia.³¹

Konsep dan istilah pasar dalam Islam dapat dirujuk dari hadis Rosulullah SAW. Sebagaimana disampaikan oleh Anas r.a. dengan adanya kenaikan harga barang di kota Madinah, dalam hadis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

³⁰ Ain Rahmi, "Mekanisme Pasar Dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 4, No. 2, 2015. hal.179

³¹ *Ibid.*, hal. 179

عَنْ أَنَسٍ قَالَ : غَلَا السِّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، سَعَرَ لَنَا، فَقَالَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعُرُ ، الْقَابِضُ ، الْبَاسِطُ ، الرَّزَّاقُ ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ مِمَّنْ يَطْلُبُنِي بِمِظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ

“Dari Anas ra., ia berkata: “Harga barang naik pada masa Rasulullah SAW”, maka masyarakat berkata: “Wahai Rasulullah, tentukanlah harga untuk kami”, Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, pencurah, serta pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharap kan dapat menemui Tuhanku di mana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.”(Hadis Hasan Sahih, HR. Tirmidzi)³²

Mekanisme pasar pada hadis tersebut adalah adanya kebebasan pasar dalam menentukan harga. Harga yang ditentukan tergantung oleh pasar. Namun Islam tidak juga menganut harga berdasarkan pasar secara bebas. Islam akan melakukan investasi ketika terjadi monopoli harga di pasar. Artinya, mekanisme pasar dalam perspektif Islam tidak hanya sosial, tetapi juga terdapat unsur teologis bahwa pasar dikendalikan dan diawasi oleh syariat.

B. Pasar Tradisional dan Ciri-cirinya

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang merupakan tempat

³² Muhammad bin Isa bin Saurah At-Tirmidzi, Sunan Al-Tirmidzi, (Riyadh: Maktabah Al-Ma'arif li Nasyr wa At-Tauzi', 1417 H), hal. 311

bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunanya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbuka. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti buah, sayur, daging, kain, pakaian, perabotan rumah tangga, bahan pokok, makanan, jasa, dan lain-lain.³³

2. Ciri-cirinya Pasar Tradisional

Keberadaan pasar tradisional sudah tidak lagi asing dikalangan masyarakat Indonesia, istilah pasar sendiri diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli. dengan kata lain pasar memiliki suatu jaringan hubungan antara pedagang dan konsumen untuk melakukan proses transaksi pertukaran baik pada suatu tempat maupun keadaan yang lain.³⁴

Ciri-ciri pasar tradisional jika ditinjau menurut hubungan penjual dan pembeli, yang dimaksud dengan pasar tradisional adalah tempat terjadinya proses tawar menawar dan jual beli yang berlangsung secara konvensional (lazim atau biasa) yakni diantaranya sebagai berikut:

- b. Adanya pedagang dan konsumen yang bertemu secara tatap muka langsung.
- c. Biasanya pedagang melayani konsumen secara langsung.

³³ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1, Maret 2016, hal. 72-73.

³⁴ Nita Zarotul, *Eksistensi Pedagang.....*, hal. 36

- d. Biasanya pembeli akan langsung membayar barang atau jasa kepada penjual.
- e. Ketika melakukan transaksi antara pedagang dan konsumen terdapat proses tawar menawar

Pada setiap pertemuan yang terjadi antara pedagang dan konsumen tentunya bukan hanya untuk tindakan pemenuhan kebutuhan semata, melainkan lebih dari itu. Aktivitas yang terjadi di pasar khususnya pasar tradisional selain untuk memenuhi kebutuhan juga termasuk dari wujud tindakan sosial. Sebagaimana hal tersebut dapat diamati dari berlangsungnya interaksi yang terjalin antara penjual dan pembeli. Maka secara tidak langsung hal tersebut dapat menunjukkan bahwa di sini pasar tidak hanya sebagai institusi pengeruk keuntungan saja, akan tetapi juga memiliki makna sosial. Oleh karena itu pasar bukan hanya memiliki fungsi ekonomi saja akan tetapi juga memiliki suatu fungsi sosial, budaya, bahkan juga politik.³⁵

C. Karakteristik Pedagang Menurut Ekonomi Islam

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.³⁶ Pedagang adalah mereka yang melakukan aktivitas perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari. Aktivitas perniagaan pada umumnya adalah

³⁵ *Ibid.*, hal. 37

³⁶ Mudakir Iskandar Syah, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. (Jakarta: Sagung Seto, 2008), hal. 111.

aktivitas pembelian barang untuk dijual kembali.³⁷ Dalam ekonomi pedagang dibedakan menjadi tiga, yaitu: (1) pedagang besar/distributor, (2) pedagang menengah/agen, (3) pedagang eceran/pengecer.

Manusia sebagai makhluk yang terikat dengan moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma yang terdapat pada masyarakat.³⁸ Manusia harus memiliki sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaan.

1. Prinsip Pedagang Pasar Islam

Pentingnya pasar sebagai wadah aktivitas tempat jual beli tidak hanya dilihat fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Pasar juga tidak terlepas dari aturan ekonomi Islam. Dalam istilah lain dapat disebut sebagai mekanisme pasar menurut Islam. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. *Ar-Ridhaa*, yakni meyakini segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*Freedom contract*).
- b. Persaingan sehat (*Fair competition*), mekanisme pasar akan menjadi terhambat ketika terjadi penimbunan (*Ikhtikar*) atau monopoli artinya,

³⁷ C.S.T. Kansil dan Christine Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 15.

³⁸ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*....., hal. 41.

setiap barang yang penahannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

- c. Kejujuran (*Bonesty*), kejujuran menjadi pilar yang sangat penting dalam Islam. Islam melarang tegas dilakukannya kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam dagangan dan masyarakat luas.
- d. Keterbukaan (*Transparency*) serta keadilan (*Justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dalam berperilaku secara benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.³⁹

D. Strategi Pedagang Pasar dalam Menghadapi Masalah

1. Strategi Bertahan Pedagang

Menurut Snel dan Staring yang memaknai strategi bertahan hidup adalah sebuah rangkaian tindakan yang dipilih oleh seorang individu secara umum dan rumah tangga menengah ke bawah secara sosial ekonomi.⁴⁰ Ketika menjalankan suatu usaha dapat dipastikan bahwa seseorang pelaku usaha akan menggunakan strategi pemasaran yang tepat supaya kegiatan usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik pelaku usaha

³⁹ Abd. Ghafur, "Mekanisme Pasar Perspektif Islam", *Jurnal Istiqodiyah*, Vol.5, No. 1, Januari 2019, hal. 10-11

⁴⁰ Irwan, *Strategi Bertahan....*, hal. 186

khususnya untuk pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis dapat dijadikan sebagai strategi bertahan pada masa pandemi COVID-19. Hal tersebut dikarenakan strategi pemasaran ini hanya menjadi salah satu bagian dari strategi bertahan pedagang pasar tradisional daerah Haurgeulis. strategi bertahan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, sebagai berikut:⁴¹

a. Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan suatu strategi bertahan yang digunakan serta dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Dalam hal ini tindakan pedagang pasar tradisional yang termasuk dalam strategi bertahan aktif yakni dengan cara menjaga kualitas mutu barang dagangan, memberikan diskon/potongan harga kepada pelanggan setia atau pelanggan yang belanja banyak, dan mengurangi jumlah barang dagangan.

b. Strategi Pasif

Strategi pasif adalah suatu strategi bertahan yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran yang ada dalam keluarga. Untuk itu dalam hal ini strategi bertahan pedagang pasar tradisional yakni dengan cara mengurangi pengeluaran selama pandemi COVID-19 serta membiasakan hidup hemat saat hendak membeli sesuatu.

c. Strategi Jaringan

⁴¹ Nita Zarotul, *Eksistensi Pedagang Pasar.....*, hal.32

Strategi jaringan merupakan suatu strategi bertahan yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki. Oleh karena itu strategi tersebut juga dilakukan oleh pedagang pasar tradisional dengan cara memberikan layanan pesan antar barang kepada pembeli yang takut ke pasar, serta menjalin hubungan yang baik dengan konsumen (misalnya saja bersikap ramah saat menjalankan urusan dagang).

2. Strategi Bertahan Menurut Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam kegiatan ekonomi. Nilai dalam Islam merupakan istilah yang dijadikan landasan, alasan atau motivasi dalam bersikap dan bertingkah laku. Nilai dapat diartikan sebagai sifat atau kualitas dari suatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, baik lahir maupun batin.

Adiwarman A. Karim menjelaskan mengenai nilai-nilai dari ekonomi Islam sebagai berikut:⁴²

a. *Tauhid* (keesaan tuhan)

Tauhid yang menjadi fondasi ajaran agama Islam. Dengan *tauhid* manusia yakin dan bersaksi bahwa “tiada satupun yang layak disembah selain Allah SWT, dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya selain daripada Allah SWT”. Allah SWT adalah pencipta alam semesta beserta dengan isinya dan sekaligus pemiliknya. Termasuk manusia dan seluruh sumber daya yang ada, maka Allah SWT adalah pemilik yang hakiki sedangkan manusia hanya diberi amanah oleh Allah SWT untuk

⁴² Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Makro Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2008), hal. 142

sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. Aktivitas manusia dalam berhubungan dengan alam (sumber daya) dan manusia (muamalah) harus dibingkai dengan Allah SWT serta mempertanggungjawabkan segala perbuatan manusia, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

b. *Nubuwwah* (kebaikan)

Nabi Muhammad Saw. Memiliki sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya serta pelaku ekonomi dan bisnis khususnya, sebagai berikut:

1) *Siddiq* (benar, jujur)

Sifat *siddiq* harus menjadi *visi* hidup setiap muslim yakni “hidup kita berasal dari Yang Maha Benar maka hidup di dunia harus dijalani dengan benar juga”. Dari konsep *siddiq* ini, muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis, yakni efektivitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran. Karena mubazir berarti tidak benar).

2) Amanah (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas)

Amanah harus menjadi *misi* hidup setiap muslim, karena sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab yang penuh pada setiap individu muslim. Sifat *Amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan

bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

3) *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran)

Sifat ini merupakan taktik hidup muslim, karena setiap muslim mengemban tanggung jawab, yakni menyeru, mengajak, serta memberitahu.

4) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas)

Sifat ini dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas). Adapun implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan mengoptimalkan semua potensi akal.

E. COVID-19 dan dampak pandemi COVID-19

1. *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19)

Virus Corona (*Corona Virus Disease*) merupakan bagian dari keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit ringan sampai berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit serius seperti MERS dan SARS. Virus Corona berasal dari Wuhan, China dan telah menyebar ke berbagai negara. Hingga pada akhirnya badan kesehatan dunia WHO menetapkan penyakit ini sebagai pandemi karena seluruh warga dunia berpotensi terkena infeksi penyakit COVID-19. Pada awal tahun 2020 ini

dunia dikejutkan dengan wabah virus corona (COVID-19) yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia. WHO Semenjak Januari 2020 telah menyatakan dunia masuk kedalam darurat global terkait virus ini. Ini merupakan fenomena luar biasa yang terjadi di bumi pada abad ke 21, yang skalanya mungkin dapat disamakan dengan Perang Dunia II, karena event-event skala besar (pertandingan-pertandingan olahraga internasional contohnya) hampir seluruhnya ditunda bahkan dibatalkan.

Kondisi ini pernah terjadi hanya pada saat terjadi perang dunia saja, tidak pernah ada situasi lainnya yang dapat membatalkan acara-acara tersebut. Terhitung mulai tanggal 19 Maret 2020 sebanyak 214.894 orang terinfeksi virus corona, 8.732 orang meninggal dunia dan pasien yang telah sembuh sebanyak 83.313 orang.

Khusus di Indonesia sendiri Pemerintah telah mengeluarkan status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 hingga 29 Mei 2020 terkait pandemi virus ini dengan jumlah waktu 91 hari. Langkah-langkah telah dilakukan oleh pemerintah untuk dapat menyelesaikan kasus luar biasa ini, salah satunya adalah dengan mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*. Konsep ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengurangi bahkan memutus mata rantai infeksi COVID-19 seseorang harus menjaga jarak aman dengan manusia lainnya minimal 2 meter, dan tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain, menghindari pertemuan massal. Tetapi banyak masyarakat yang tidak menyikapi hal ini dengan baik, seperti contohnya pemerintah sudah meliburkan para siswa

dan mahasiswa untuk tidak berkuliah atau bersekolah ataupun memberlakukan bekerja didalam rumah, namun kondisi ini malahan dimanfaatkan oleh banyak masyarakat untuk berlibur. Selain itu, walaupun Indonesia sudah dalam keadaan darurat masih saja akan dilaksanakan tabligh akbar, dimana akan berkumpul ribuan orang di satu tempat, yang jelas dapat menjadi mediator terbaik bagi penyebaran virus corona dalam skala yang jauh lebih besar.

2. Dampak Pandemi COVID-19

a. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.⁴³

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dari penjabaran diatas maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu:

1) Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya.

⁴³ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kamus versi online/daring (dalam jaringan)*, dalam <https://kbbi.web.id/dampak>, diakses pada Selasa 23 Maret 2021

Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif daripada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan daripada kesedihan, optimisme daripada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

2) Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk

membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.⁴⁴

b. Dampak Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pada tatanan global, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik di suatu negara/bangsa. Menurut laporan *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD) pandemi COVID-19 akan berdampak dan berimplikasi terhadap ancaman krisis ekonomi global yang ditandai oleh terhentinya aktivitas produksi di berbagai daerah bahkan negara. Menurunnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen. Jika hal ini berlanjut OECD memprediksi akan terjadi penurunan tingkat output antara seperlima hingga seperempat di banyak negara, dengan pengeluaran konsumen berpotensi turun sekitar sepertiga. Prediksi ini tentunya mengancam perekonomian Indonesia.⁴⁵

Kajian yang dilakukan oleh kementerian keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli

⁴⁴ Linda Rachmania, *Analisis Dampak Relokasi Pasar Sementara Pasca Kebakaran Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pon Trenggalek Menurut Prespektif Ekonomi Islam*. (Tulungagung: Skripsi IAIN Tulungagung, 2019), hal. 25-27

⁴⁵ Aknolt Kristian Pakpahan, "COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*, Universitas Katolik Parahyangan, 2020.

masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM.⁴⁶

Pada aspek lain seperti konsumsi dan daya beli masyarakat pandemi ini menyebabkan banyaknya tenaga kerja yang berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh kepada konsumsi dan daya beli masyarakat. Dalam kondisi pandemi COVID-19 masyarakat memiliki kekhawatiran dengan melakukan kehati-hatian dalam mengatur pengeluaran karena adanya kekhawatiran mengenai ketidakpastian berakhirnya pandemi COVID-19. Hal tersebut menimbulkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada produsen dan penjual.

Munculnya virus COVID-19 di akhir tahun 2019 kini mulai berdampak pada pedagang pasar tradisional. Banyak dari pedagang yang memilih menutup kios dan tidak berjualan, karena pasar menjadi sangat sepi dan sedikit pembeli. Kebijakan pemerintah dalam melakukan *social distancing* bukan hanya pada buruh pabrik, atau pengemudi ojek online yang kehilangan banyak penumpang di masa pandemi COVID-19 ini. Melainkan berdampak pula pada pedagang buah, sayur, daging, sembako dan bahan pokok lainnya yang kesehariannya berjualan di pasar.⁴⁷

⁴⁶ Yusuf Imam Santoso, "Menghitung Dampak COVID-19 terhadap dunia usaha hingga UMKM", dalam <https://nasional.kontan.co.id/news/menghitung-dampak-COVID-19-terhadap-dunia-usaha-hingga-umkm?page=all>, diakses Selasa 23 Maret 2021

⁴⁷ Christina Prbawati dkk, "Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona", *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, Vol.4, No.2, Agustus 2020.

Sudah banyak sekali permasalahan yang dihadapi di masa pandemi COVID-19 ini, masalah-masalah yang ada bisa juga akan semakin meluar apabila diaktifkannya kebijakan pemerintah mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sudah diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia. Yang merujuk pada peraturan Menteri Kesehatan No. 9/2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan COVID-19. PSBB merupakan, pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19 termasuk pembatasan pergerakan orang atau barang untuk satu provinsi atau kabupaten kota.⁴⁸

Dengan adanya pandemi COVID-19 beberapa dari pemerintah daerah memberi kebijakan untuk menutup pasar tradisional di beberapa kota di Indonesia. Dalam rangka mencegahnya penyebaran virus COVID-19 kebijakan otoritas tersebut dalam penutupan pasar dianggap tidak tepat oleh kementerian perdagangan, karena keputusan tersebut akan memperburuk perekonomian masyarakat kelas bawah dan akan memukul pedagang pasar tradisional yang tidak dapat menjangkau wadah jual beli daring. Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan meminta seluruh pasar tradisional tetap buka selama pandemi COVID-19. Tapi juga harus tetap mengikuti dan mematuhi anjuran protokol kesehatan PSBB dengan menggunakan masker, menjaga jarak, dan

⁴⁸ *Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan COVID-19*, dalam http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/PMK_No_9_Th_2020_ttg_Pedoman_Pembatasan_Sosial_Berskala_Besar_Dalam_Penanganan_COVID-19, diakses Senin 18 Januari 2021

mencuci tangan setelah beraktivitas demi menekan penyebaran virus COVID-19.⁴⁹

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencapai perbandingan dan selanjutnya untuk mendapatkan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian. Serta agar terhindar dari terjadinya pengulangan penelitian, maka perlu diuraikan penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh penelitian lain. Sejauh ini, sudah ada karya tulis yang mengangkat tema “perilaku konsumtif” penulis akan menyebutkan dan menguraikan tentang skripsi atau jurnal seseorang yang berkaitan atau paling tidak mendekati pokok pembahasan yang akan disusun saat ini diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Nor Azimah dkk⁵⁰, dengan judul penelitian “Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di pasar Klaten dan Wonogiri”, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak COVID-19 terhadap sosial ekonomi pedagang di pasar Klaten dan Wonogiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, adapun metode

⁴⁹ Rizki Andika, et. All., “Dampak COVID-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional”, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Sharf*, Vol.1, No. 1, 2020

⁵⁰ Rizki Nor Azimah, et. All., “Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di pasar Klaten dan Wonogiri”, *Jurnal Empati Jurnal Ilmu Kesehatan Sosial*, Vol.9, No.1, Juni 2020

pengumpulan data menggunakan menyebar kuesioner pada 3 pasar yang ada di Klaten dan Wonogiri, sumber data yang diperoleh menggunakan teknik Pengolahan data dari hasil penyebaran kuesioner diolah dengan metode statistic deskriptif yang kemudian hasil kuesioner diolah menjadi data berupa grafik dan penjelasan. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan 15 sampel yang diambil dari Pasar Klepu, Pasar Kalikotes dan Pasar Kota Wonogiri, pandemi COVID-19 telah membuat kerugian dalam bidang ekonomi maupun sosial, pemahaman masyarakat di Kabupaten Klaten dan Wonogiri. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menganalisis dampak adanya pandemi COVID-19 terhadap pasar tradisional.

Penelitian yang dilakukan oleh Karyono dkk⁵¹, dengan judul penelitian “Penanganan Dan Pencegahan Pandemi Wabah Virus Corona (COVID-19) Kabupaten Indramayu”, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penanganan dan pencegahan pandemi wabah virus Corona (COVID-19) kabupaten Indramayu. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa di kondisi pandemi COVID-19 dapat dikatakan bahwa ditinjau dari aspek hukum, berbagai regulasi telah diterbitkan untuk mencegah penyebaran (COVID-19) namun realitas sampai saat ini menunjukkan bahwa belum ada perubahan signifikan dalam penanganan

⁵¹ Karyono, et. all., *Penanganan Dan Pencegahan....,2020*

kasus COVID-19 di Indonesia, jumlah pasien semakin bertambah, angka kematian pun semakin melaju, keberadaan regulasi yang ada tidak akan efektif apabila tidak didukung dengan upaya yang lebih tegas namun santun di dalam masyarakat, eksistensi dan atensi ekstra dari seluruh pihak terkait menjadi sangat urgen untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran virus ini.. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini meneliti penanganan dan pencegahan pandemi COVID-19 di kabupaten Indramayu. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menganalisis adanya pandemi COVID-19 serta landasan teori mengenai COVID-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Azwar Iskandar dkk⁵², dengan judul penelitian “Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi COVID-19”, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, adapun metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik *content analysis* (analisis isi) dan riset kepustakaan (*library research*), sumber data yang diperoleh menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa di kondisi pandemi COVID-19 umat Islam dapat memberikan peran terbaiknya melalui berbagai bentuk atau model *philanthropy* dalam Ekonomi dan Keuangan Syariah, khususnya

⁵² Azwar Iskandar, et. all., dengan judul penelitian “Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi COVID-19”, *Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i*, Vol.7, No.7, 2020

dalam masa pandemi COVID-19. Peran ini diharapkan dapat mengatasi guncangan ekonomi yang terjadi dan seluruh masyarakat, khususnya umat muslim, dapat ikut serta berkontribusi dalam memulihkan guncangan tersebut. Di antara solusi yang dapat ditawarkan dalam kerangka konsep dan sistem Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam adalah: (1) dengan penyaluran bantuan langsung tunai yang berasal dari zakat, infak dan sedekah, (2) dengan penguatan wakaf baik berupa wakaf uang, wakaf produktif, *waqf linked sukuk* maupun wakaf untuk infrastruktur, (3) melalui bantuan modal usaha unggulan untuk sektor usaha atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), (4) melalui skema *qardhul hasan*, (5) peningkatan literasi ekonomi dan keuangan syariah, (6) melalui pengembangan teknologi finansial syariah. Jika program-program di atas, khususnya bantuan langsung tunai, zakat, infak, wakaf, atau CSR, betul-betul dapat digalakkan, maka diharapkan akan membantu surplus ekonomi terbentuk kembali sehingga percepatan pemulihan ekonomi dapat terwujud.. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan *content analysis* (analisis isi) dan riset kepustakaan (*library research*). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menganalisis adanya pandemi COVID-19 yang dianalisis menurut perspektif ekonomi Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Aknolt Kristian Pakpahan⁵³, dengan judul penelitian “COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan

⁵³ Aknolt Kristian Pakpahan, *COVID-19 dan Implikasi ...*, 2020

Menengah”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa untuk menstabilkan perekonomian yang dialami pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan menyiapkan strategi-strategi jangka pendek dan jangka panjang sambil terus berharap vaksin virus COVID-19 segera ditemukan dan diproduksi massal. Kebijakan jangka pendek yang dapat diterapkan adalah bantuan keuangan baik dalam bentuk pinjaman lunak atau bantuan tunai langsung dengan melibatkan pemerintah dan sektor swasta. Sementara strategi jangka panjang difokuskan pada pengenalan dan penggunaan teknologi digital bagi UMKM sekaligus persiapan untuk memasuki era Industri 4.0. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini fokus pada COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro (UMKM). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan menganalisis dampak adanya pandemi COVID-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Nita Zarotul Nisa⁵⁴, dengan judul penelitian “Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional Mleto Di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Pada Masa Pandemi COVID-19 Dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui eksistensi dan strategi bertahan hidup pedagang pasar tradisional Mleto di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Surabaya pada masa pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, adapun metode

⁵⁴Nita Zarotul, *Eksistensi Pedagang Pasar.....*,2021

pengumpulan data menggunakan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa eksistensi pedagang pasar tradisional Mleto pada masa pandemi COVID-19 sangatlah penting terutama untuk pembeli atau pengunjung dan pedagang. Alasannya karena lokasi pasar tradisional Mleto yang dekat dengan pemukiman warga Mleto dan harga barang yang dijual oleh pedagang juga murah dan relatif terjangkau. Kemudian strategi bertahan hidup pedagang pasar Mleto pada masa pandemi COVID-19 yakni dibagi menjadi tiga kategori yakni strategi aktif, pasif dan strategi. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini fokus pada strategi bertahan hidup dan eksistensi pedagang pasar tradisional. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti strategi bertahan pedagang di masa pandemi COVID-19 dan meneliti pasar tradisional di masa pandemi COVID-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Andika dkk⁵⁵, dengan judul penelitian “Dampak COVID-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak COVID-19 terhadap pendapatan pedagang mikro pada pasar tradisional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, sumber data yang diperoleh menggunakan teknik data-data yang berbentuk kata-kata, dengan menjelaskan dampak COVID-19 terhadap pendapatan pasar tradisional. Berdasarkan hasil penelitian tersebut

⁵⁵ Rizki Andika, et. all., “Dampak COVID-19 Terhadap...”,2020

menunjukkan bahwa dampaknya COVID-19 terhadap pasar tradisional sangat berpengaruh dari segi berkurangnya konsumen yang datang karena ketakutan warga sehingga membuat pasar sepi, penurunan pendapatan yang membuat pedagang sangat mengeluh dalam keadaan ini untuk kehidupan sehari-hari mereka, serta upaya pemerintah dalam stabilitas harga barang pokok. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini fokus pada dampak COVID-19 terhadap pendapatannya saja. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif serta mengetahui dampak pandemi COVID-19 pada pasar tradisional.

Penelitian yang dilakukan oleh Nahdliyu Izza⁵⁶, dengan judul penelitian “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan pasar modern (Ambarukmo Plaza) terhadap pedagang pasar tradisional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa adanya pasar modern membawa pengaruh bervariasi, baik positif, negatif ataupun tidak keduanya. Tidak hanya itu saja, pasar modern mendominasi para konsumen dalam pembelian produk dengan diadakannya diskon, adanya pamflet dan pelayanan. Serta ditunjang dengan infrastruktur yang baik.

⁵⁶ Nahdliyu Izza, “Pengaruh Pasar Modern....,2010

Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini meneliti mengenai pengaruh pasar modern kepada pasar tradisional. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai strategi bertahan yang dilakukan pedagang pasar tradisional.

Penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Khasanah⁵⁷, dengan judul penelitian “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap harga cabai di pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, adapun metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan penelitian arsip-arsip secara dokumen yang ada pada pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah, sumber data yang diperoleh menggunakan teknik kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tinjauan ekonomi Islam terhadap penetapan harga cabai di pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah telah sesuai dengan prinsip keadilan, kejujuran, pertanggung jawaban . Pedagang cabai pasar Plaza Bandar Jaya menerapkan metode penetapan harga berbasis biaya. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini fokus pada tinjauan ekonomi Islam terhadap penetapan harga cabai. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif.

⁵⁷ Uswatun Khasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam ...*,2018

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Rachmania⁵⁸, dengan judul penelitian “Analisis Dampak Relokasi Pasar Sementara Pasca Kebakaran Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pon Trenggalek Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tahap pelaksanaan relokasi sementara, dampak relokasi dan kendala serta solusi pelaksanaan relokasi pasar sementara terhadap pendapatan pedagang Pasar Pon Trenggalek pasca kebakaran menurut perspektif ekonomi Islam. Pengumpulan data dilakukan penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, adapun metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan penelitian arsip-arsip secara dokumen yang ada pada pasar Pon Trenggalek, sumber data yang diperoleh menggunakan teknik kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pelaksanaan relokasi Pasar Pon Trenggalek pasca kebakaran telah melalui beberapa tahapan sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek dengan menggunakan beberapa tahapan. pertama yaitu diadakannya sosialisasi terhadap para pedagang yang terdampak oleh Diskumindag Trenggalek selaku pengelola pasar. selanjutnya dibentuknya tim kajian dari Diskumindag Trenggalek dengan melibatkan koordinator pasar dan perwakilan pedagang lama. Setelah itu, dilakukanlah penyesuaian kios. Dengan memprioritaskan pedagang lama. Pelaksanaan relokasi Pasar Pon Trenggalek sementara pasca kebakaran juga menimbulkan dampak baik positif maupun negatif. Kendala yang muncul dalam pelaksanaan relokasi Pasar Pon Trenggalek salah satunya

⁵⁸ Linda Rachmania, *Analisis Dampak Relokasi ...*, 2019

adalah sulitnya pedagang menempati lokasi baru dengan alasan mendapat tempat kios yang kurang strategis sehingga mereka memaksakan diri berjualan di bahu jalan sekitar pasar yang lama sehingga dapat mengganggu lalu lintas. Solusi yang diterapkan oleh pengelola pasar dalam mengatasi hal ini yaitu terus memberi peringatan dan bekerjasama dengan satpol pp setempat. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang penulis teliti Dampak Relokasi Pasar Sementara Pasca Kebakaran Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pon Trenggalek. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif serta meneliti pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti⁵⁹, dengan judul penelitian “Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Islam”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme pasar dalam ekonomi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*Library Research*), adapun metode pengumpulan data tidak dilakukan secara langsung pada masyarakat tetapi melalui dokumen-dokumen, majalah, dan buku-buku yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini observasi, sumber data yang diperoleh menggunakan data sekunder antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku-buku harian dan seterusnya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Dalam penetapan harga kita harus jujur, tidak boleh manipulasi harga dan harus bebas dari unsur penggelapan dan penipuan baik dari pihak penjual dan pembeli. Perbedaan penelitian ini

⁵⁹ Yuniarti, *Mekanisme Pasar Dalam ...*,2013

dan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian menggunakan metode yang berbeda yakni metode kepustakaan (*Library Research*). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai pasar menurut perspektif ekonomi Islam.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran peneliti merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu kerangka berpikir menurut teori, dalil, atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.

Pasar tradisional adalah tempat pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunanya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka.

Pada akhir tahun 2019 ditemukan jenis virus baru yang dikenal dengang COVID-19, penyebaran virus ini sangat cepat hingga mencapai Indonesia pada awal tahun 2020 yang memberikan dampak bagi seluruh sektor. Bukan hanya pada kesehatan, akan tetapi lama kelamaan dampak adanya COVID-19 menjadi permasalahan kompleks yang berakibat pada masalah sosial, pendidikan, politik-keamanan dan ekonomi. Hal tersebut juga berdampak pada sektor ekonomi yang ada di Indonesia.

Pasar merupakan salah satu sektor perekonomian yang vital, dalam hal ini pasar juga mengalami permasalahan-permasalahan yang ditimbulkan karena pandemi COVID-19, salah satunya yakni ketidakstabilan perekonomian pasar hingga mempengaruhi naik turunnya pendapatan, modal belanja, pelanggan/pembeli, harga barang dan jumlah barang terjual bagi pedagang di pasar tradisional. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam upaya mempertahankan usaha para pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Adapun konsep atau kerangka pemikiran dalam penelitian ini oleh peneliti dituangkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran

