

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melimpahnya potensi yang ada di Kabupaten Tulungagung menjadikan Tulungagung sebagai sentral industri kreatif kerajinan batu marmer. Selain sektor industri Tulungagung sebagai pusat perdagangan yang mampu menunjang perekonomian masyarakat Tulungagung. Salah satunya pasar tradisional, pasar tradisional merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan perekonomian suatu wilayah khususnya di Tulungagung. Ada sekitar 53 Pasar Tradisional yang tercatat dalam Dinas Perdagangan di Kabupaten Tulungagung.

Dalam pengamatan sementara,peneliti menemukan bahwa menjadi pedangang Pasar Tradisional masih banyak diminati oleh masyarakat Kabupaten Tulungagung. Bahwa dari sekian banyak pasar yang ada di Tulungagung selalu penuh oleh para pedagang Pasar Tradisional. Apalagi sekarang beberapa Pasar Tradisional sudah banyak yang telah di revitalisasi sehingga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang. Selain itu dampak revitalisasi menunjukkan hasil distribusi frekuensi dari kenyamanan, keamanan, keindahan, dan kebersihan pasar tradisional meningkat setelah adanya revitalisasi.

Saat ini, Pasar Tradisional masih dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah yang memberikan kontribusi besar bagi

masyarakat terutama yang menggantungkan hidupnya dari transaksi jual beli di pasar untuk menompang kehidupan sehari-hari. Berdasarkan survei yang di lakukan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. Dengan keberadaan Pasar Tradisional disetiap wilayah yang ada di Jawa Timur, Kabupaten Tulugagung mengalami penurunan jumlah penduduk miskin salah satu faktor yang mempengaruhi adalah makin banyaknya jumlah penduduk yang beralih menjadi pedagang.²

Gambar 1.1
Persentase Penduduk Miskin
Kabupaten Tulungagung, 2012 - 2020

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin
2012	9,40
2013	9,07
2014	8,75
2015	8,57
2016	8,23
2017	8,04
2018	7,27
2019	6,74
2020	7,33

Sumber : Kabupaten Tulugagung dalam angka 2021

Berdasarkan pada gambar 1.1 diatas menunjukkan persentase tingkat kemiskinan dalam jangka waktu 9 tahun tahun 2012-2020. Pada tahun 2012 Kabupaten Tulunganggun menduduki posisi tertinggi persentase kemiskinan. Kemudian pada tahun 2013 – 2019 pesentase kemiskinan di

² Badan Statistik Kabupaten Tulungagung ,*Kabupaten Tulungagung Dalam Angka 2021*,(Tulungagung : CV Azka Putra Pratama, 2021) ,hlm.489

Kabupaten Tulungagung berangsur menurun, hal ini menunjukkan tingkat pendapatan masyarakat Tulungagung meninga. Dalam menyetabilkan perekonomian di Kabupaten Tulungagung pemerintah turut andil dalam memberikan kebijakan atau pogram kerja sehingga berdampak pada pendapatan Kabupaten Tulungagung. Namun, pada tahun 2020 persentase kemiskinan meningkat 0,59. Hal ini di akibatkan dengan adanya pandemi covid-19 yang berlangsung sejak awal 2020 telah berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar wilayah Kabupaten Tulungagung. Kebijakan *physical distancing* dan PSBB dan sekarang pembelakuan PPKM hampir sebagian besar wilayah Kabupaten Tulungagung di terapkan dan berimbas pada sektor perekonomian khususnya pada sektor perdagangan salah satunya pasar tradisional yang di beberapa wilayah Kabupaten Tulungagung sempat di perhentikan sementara.

Pasar Tradisional salah satu sektor perdagangan yang selama pandemi covid-19 sempat mengalami penurunan pendapatan di awal pandemi, namun tahun 2021 tingkat pendapatan perlahan mulai stabil.³

Gambar 1.2

Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Tulungagung 2017-2020

No	Jenis sarana perdagangan	2017	2018	2019	2020
1	Pasar/market	32
2	Toko/store	110

³ *Ibid.*, hlm.489

3	Kios
4	Warung	4.227
	Jumlah/Total	4.369

Sumber : Kabupaten Tulungagung dalam angka 2021

Berdasarkan pada gambar 1.2 diatas di ketahui bahwa jumlah pasar tradisonal dan market menurut sumber dari Badan Statistik Kabupaten Tulungagung yang di klasifikasikan menurut jenisnya memiliki jumlah paling paling sedikit namun memiliki jangkauan yang luas. Pasar Tradisional/maket memiliki jumlah yang sedikit namun memiliki pengaruh besar sebagai penggerak perekonomian di sebagian wilayah Kabupaten Tulunaggung. Dapat di simpulkan bahwa masyarakat konsumen masih lebih memilih untuk memenuhi kebutuhanya dengan berbelanja di Pasar Tradisional.

Gambar 1.3

Pasar Desa,Lumbang Desa,BKD, BUM Desa Menurut Kecamatan di Kabupaten Tulungagung 2020

No	Kecamatan <i>subdistrict</i>	Pasar desa	Lumbang desa	Badan kredit usaha	Usaha ekonomi desa	Badan usaha milik desa (BUM Desa)
1	Besuki	2	1	6	1	10
2	Bandung	3	-	6	-	18
3	Pakel	4	2	-	19	19
4	Campurdarat	3	-	9	9	9
5	Tanggunggunung	1	-	-	-	7
6	Kalidawir	5	2	17	12	17
7	Pucanglaban	2	-	1	3	9

8	Rejotangan	1	-	16	16	16
9	Ngunut	6	3	18	18	18
10	Sumbergempol	4	1	-	-	17
11	Boyolangu	3	2	12	12	17
12	Tulungagung	-	-	-	-	-
13	Kedungwaru	2	1	19	-	19
14	Ngantru	3	2	-	-	13
15	Karangrejo	2	1	3	13	13
16	Kauman	2	2	3	7	13
17	Gondang	4	-	-	-	20
18	Pagerwaja	2	-	11	-	11
19	Sendang	4	2	5	3	11
	Kabupaten Tulungagung	53	19	129	113	257

Sumber : Kabupaten Tulungagung dalam angka 2021

Berdasarkan pada gambar⁴ 1.3 di atas menyimpulkan bahwa jumlah pasar yang ada di Tulungagung memiliki jumlah total 53 pasar tradisional. Itu sudah termasuk pada pasar dengan bangunan permanen, bangunan semi permanen, dan pasar tanpa bangunan. Dalam suatu wilayah apabila terdapat sebuah pasar tradisional menggambarkan wilayah tersebut memiliki tingkat pendapat perekonomian yang stabil. Salah satunya pada Kecamatan Gondang, yang memiliki 4 pasar di wilayahnya yaitu terdapat pada Desa Gondang, Desa Sidomulya, Desa Sidem Dan Desa Tiudan. Kecamatan Gondang merupakan salah satu kecamatan yang ada di sebelah barat Kabupaten Tulungagung. Mata pencaharian Kecamatan Gondang sangat beragam , hal ini dapat di lihat

⁴ *Ibid.*, hlm.43

pada setiap desa memiliki sumber pendapatan dengan konsentrasi yang berbeda. Seperti industri batu bara, gerabah, genteng tanah liat, anyaman bambu, konveksi, kerajinan bijak besi yang masing-masing memiliki pusat di setiap desanya tak terkecuali dengan Pasar Tradisional sebagai pusat perdagangan terbesar dalam suatu wilayah.

Gambar 1.4
Banyaknya Sarana dan Prasarana Ekonomi
Menurut Desa/Kelurahan dan Jenisnya di
Kecamatan Gondang, 2019

No	Desa/ Kelurahan	Kelompok Pertokoan	Pasar Dengan Bangunan Permanen	Pasar Dengan Bangunan Semi Permanen	Pasar Tanpa Bangunan	Minimarket /swalayan
1	Kendal	-	-	-	-	-
2	Tawing	-	1	-	-	-
3	Gondosuli	-	-	-	-	-
4	Dukuh	-	1	1	-	-
5	Sepatan	-	-	-	-	-
6	Macanbang	-	-	-	-	-
7	Kiping	-	-	-	-	1
8	Rejosari	-	-	-	-	-
9	Bendo	-	-	-	-	1
10	Ngrendeng	-	-	-	-	1
11	Gondang	1	1	-	1	2
12	Bendungan	-	-	-	-	2
13	Mojoarum	-	-	-	-	-

14	Sidomulyo	1	1	-	-	-
15	Notorejo	-	-	-	-	-
16	Sidem	1	1	1	1	-
17	Blendis	-	-	-	-	-
18	Tiudan	1	1	1	-	-
19	Wonokromo	-	-	-	-	1
20	Jarakan	-	-	-	-	1
Kecamatan Gondang		4	6	3	2	9

Sumber:Kecamatan Gondang Dalam Angka 2020

Berdasarkan pada gambar⁵ 1.4 menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi suatu wilayah diantaranya karena memiliki berbagai macam potensi disetiap desa sebagai salah satu hal penunjang peningkatan ekonomi. Salah satunya Pasar Tradisional.

Berdasarkan peraturan menteri perdagangan Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan . Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. mengenai pasar tradisional diatur oleh ketentuan Pasal 14 Peraturan Presiden Republik Indonesia Peraturan mengenai pasar tradisional harus tersedianya sarana pendukung serta setiap pengelola wajib melakukan revitalisasi pasar sebagai salah satu upaya meningkatkan daya saing pasar tradisional. Penataan dan pembinaan pasar tradisional dilakukan karena potensi pasar tradisional yang cukup besar dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan dengan harapan pasar

⁵Badan Pusat Statitika Kabupaten Tulungagung,*Kecamatan Gondang Dalam Angka*,(Tulungagung:CV Azka Putra Pratama,2020) hlm.10

tradisional yang dianggap kumuh dan kotor mampu berkembang menjadi pasar yang lebih bersih.⁶

Pasar tradisional merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian suatu wilayah khususnya Kota Tulungagung. Pada saat ini, keberadaan pasar tradisional mulai tergeser oleh keberadaan pasar modern, yang mana pasar modern lebih memberikan fasilitas yang lengkap, memberikan rasa aman dan nyaman saat berbelanja, dan kondisi bangunan yang bagus dan terawat. Selain itu, jumlah pasar modern juga jauh lebih banyak dibandingkan dengan pasar tradisional sehingga pasar modern lebih mudah dijangkau. Sedangkan pasar tradisional memiliki kesan kumuh dengan bangunan yang tidak terawat dan memprihatinkan.

Selain pasar modern pesaing yang memiliki pengaruh lebih besar adalah pasar digital atau biasa di kenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* pertama adalah Amazon yang di luncurkan pada tahun 1995 sebagai toko buku online terbatas pada sekitar 200.000 judul⁷. Dengan berkebangnya dunia digital semakin memudahkan berbelanja kebutuhan tanpa harus keluar rumah. *E-commerce* merupakan aplikasi teknologi yang mengarah pada otomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja. Dari prepekstif online *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang atau informasi melalui internet dan sarana online lainnya. Kemudahan lain

⁶Afi Fuddin Lutfi ,dkk, “Pengembangan Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang Pasar Bandung Kabupaten Tulungagung”,*Jurnal Akutansi Indonesia*, Vol 15, No 2, 2020) hlm. 149

⁷ Mohammad Aldrin Akbar dan Siti Nur Alam , *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, Medan :Yayasan Kita Menulis 2020),hlm 4

yang tidak ada di market lain adalah *e-commerce* mamungkinan pelanggan untuk berbelanja dan bertransaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir semua lokasi. E-commers memberi lebih banyak pilihan, dan dapat memilih barang barang yang berbeda dari banyak vendor.⁸

Sehingga banyak masyarakat yang mulai beralih berbelanja ke pasar modern dan *e-commerce* ketimbang berbelanja di pasar tradisional. Yang dikemudian hari akan berdampak pada penghasilan pedagang di pasar tradisional semakin menurun atau bahkan pedagang akan kehilangan mata pencaharian.⁹

Untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional maka keberadaan dan pelayanan fasilitasnya seharusnya sudah dapat melayani penduduk secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari pemerintah dan para pedagang di pasar tradisional kabupaten tulungagung berupaya membangun pasar tradisional yang memiliki fasilitas yang lengkap, meningkatkan keamanan dan kenyamanan, dan menata pasar agar pembeli merasa nyaman untuk berbelanja di pasar tradisional.

Seiring dengan perkembangan jaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi dan canggihnya era digital yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan per

⁸ *Ibid.*, hlm., 2

⁹ Nola Irna Pratami dan Hariyanto, "Daya Layan dan Pola Sebaran Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Kepuasan Pembeli di Pasar Tradisional Kota Semarang", *Jurnal Geo Image vol 9, No 2 Agustus 2020* hlm., 122

saingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Syu'ara: 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطِ
 الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ
 مُفْسِدِينَ (١٨٣)

(الصورة الشعراء ١٨١-١٨٣)

Artinya:

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; 181 dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; 182. danjanganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; 183 (Q.S. Al-Syu’ara: 181-183)¹⁰

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal – hal yang tidak sesuai dengan *syari’ah*.¹¹ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar

¹⁰ Departemen Agama RI.,*Al Kamil Al-Qur’an Dan Terjemahnya*,(CV Darus Sunnah:Jakarta Timur,2002) hlm., 374

¹¹ Munawir Nasir,*Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis Tinjauan Al-Qur’an Filosofi Dan Teoritis*,(Makasar : Cv Social Politic Genius, 2020),hlm.57

ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.

Namun diantara pasar tradisional, pasar modern dan market place tentunya memiliki resiko tersendiri, dalam penelitian ini peneliti menganalisis dampak apa yang diterima oleh pasar tradisional dengan maraknya pasar modern dan *e-commerce* ditengah masyarakat. Apakah pasar tradisional mampu mempertahankan eksistensinya dengan keadaan masyarakat yang sekarang, serta kebijakan apa saja dari pemerintah yang sekiranya dapat mengatasi problematika yang dialami para pedagang pasar tradisional, yang semakin lama eksistensi pasar tradisional semakin menyusut. Selain itu dalam menjalankan aktifitasnya dalam transaksi serta penyewaan tempat untuk berdagang apakah telah sesuai dengan etika bisnis islam.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Pasar Tradisional Cakruk Tiudan. Pasar tradisional cakruk ini tepatnya di desa tiudan letaknya di sebelah barat berbatasan dengan Desa Kedungcangkring dan Desa Blendis, utara perbatasan dengan Desa Mulyosari, timur Desa Wonokromo dan selatan dengan Desa Mojoarum. Desa Tiudan adalah desa dengan mata pencarian penduduknya hampir 75% membuat batu bata dengan jumlah penduduk keseluruhan 8352 jiwa. Pasar tradisional pasar cakruk adalah salah satu pasar tradisional di Kecamatan Gondang dan satu

satunya pasar yang dimiliki oleh Desa Tiudan yang berdiri sejak zaman kolonial jepang masih menjajah di Indonesia. Kondisi pasar tradisional pada zaman kolonial sampai sekarang tidak banyak berubah hanya ada beberapa ruko baru dengan bangunan beton. Pasar tradisional cakruk buka setiap pagi hari setelah subuh saja dan ketika ketika menjelang siang sudah kembali berkurang para pedagang dan pembeli dan kembali normal menjadi jalan umum. Pasar tradisional cakruk bisa di katakan sebagai transit pedangan dari beberapa desa di sekitar desa tiudan. Dan para pedegang dengan sangat mudah untuk keluar masuk berdagang di pasar tradisional cakruk.

Pasar tradisional cakruk di desa tiudan selain memiliki fungsi sebagai transit para pedagang pasar juga di gunakan sebagai tempat untuk acara-acara besar di desa tiudan salah satunya sebagai upacara kemerdekaan 17 agustus 2021 yang di pimping langsung oleh kepala desa tiudan tentunya tetap dengan mematuhi protokol kesehatan yang di anjurkan.

Peneliti memilih pasar tradisional Cakruk Tiudan sebagai objek penelitian alasannya karena peneliti memilih objek pasar cakruk yang belum pernah di teliti sebelumnya, selain itu karena jarak dari rumah ke pasar cakruk sangat dekat. Selain itu peneliti mendapat rekomendasi dari Kaur Desa Tiudan yang tidak lain adalah paman sendiri untuk meneliti pasar cakruk. Alasan lain peneliti memilih Pasar Tradisional Cakruk Tiudan adalah melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai

dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan peneliti kepada pedagang Pasar Tradisional Cakruk Tiudan. Serta fasilitas pasar yang jauh dari kata layak dan pengakuan beberapa konsumen yang kurang puas dengan pelayanan. Selain itu tempatnya berada di pinggir jalan sehingga sering mengalami kemacetan di area pasar.

Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Terhadap Hegemoni Pasar Modern Dan E-Commerce Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Di Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung*"

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah-masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak keberadaan Pasar Tradisional terhadap hegemoni pasar moden dan *e-coomerce* terhadap eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Tiudan?
2. Bagaimana upaya dan strategi yang dilakukan pemerintah Desa Tiudan dan pedagang Pasar Tradisional Cakruk Desa Tiudan untuk mempertahankan eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Desa Tiudan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudtkan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut

1. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak yang terjadi terhadap pedagang dan masyarakat sebagai konsumen dengan adanya hegemoni pasar modern dan *e-commerce*.
2. Mendiskripsikan bagaimana upaya strategi beserta penerapannya yang dilakukan para pedagang serta pemerintah Desa Tiudan untuk mempertahankan eksistensi Pasar Tradisional Tiudan

D. Batasan Masalah

Kemungkinan-kemungkinan masalah yang mungkin muncul pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dampak yang terjadi pada pedagang pasar tradisional cakruk dan masyarakat dengan adanya pasar modern dan *e-commerce*.
2. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Desa Tiudan dan para pedagang dalam menjaga eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Desa Tiudan.
3. Kendala dalam penerapan kebijakan guna menstabilkan eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Tiudan.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu menambah bahan keilmuan mengenai usaha perdagangan dan sebagai bahan referensi bagi Program Studi Ekonomi Syariah dengan mata kuliah Pembangunan Ekonomi. Berikutnya

penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur bagi pembaca atau peneliti selanjutnya untuk menambah pengetahuan mengenai bagaimana strategi dalam mempertahankan aset suatu wilayah dalam menjaga existensi pasar tradisional sehingga mampu bertahan di tengah hegemoni pasar modern dan *e-commerce* sebagai pasar yang menyesuaikan dengan *prefrensi* masyarakat sekarang.

2. Manfaat Praktis

Dari temuan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menambah sumber referensi dari peneliti kepada perguruan tinggi khususnya bagian perpustakaan yang dapat digunakan sebagai literatur bagi pembaca untuk menambah wawasan mengenai Pembangunan Ekonomi.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini mampu dijadikan sebagai bahan informasi kepada pemerintah daerah untuk penentuan kebijakan terkait pembangunan ekonomi khususnya pada sektor perdagangan.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat khususnya pelaku pedagang pasar guna sebagai bahan informasi mengenai pentingnya mempertahankan eksistensi pasar tradisional di

tengah hegemoni pasar modern dan *e-commerce* sehingga para pedagang pasar tradisional tetap bisa terus memasarkan hasil produksi yang dimana pasar tradisional di dominasi oleh kalangan pengusaha kecil yang tidak bisa dibiarkan tergeser keberadaanya oleh pasar modern dan *e-commerce*.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan objek yang sama.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi konseptual

a. Pasar

Dalam ilmu ekonomi, pasar diartikan lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. "Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa".¹² Pandangan yang tentang pasar diatas menjelaskan bahwa terjadi proses kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa, dewasa ini tujuan masyarakat datang untuk menghabiskan waktu berbelanja tidak hanya untuk membeli

¹²A Lestari A, "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kota Samarinda", (*Jurnal Administasi Bisnis, edisi 6 (2)*, 2018), hlm 700-712.

barang yang di perlukan akan tetapi bagaimana menikmati fasilitas yang tersedia di pasar tersebut.

b. Pasar tradisonal

Pasar tradisional adalah pasar yang muncul secara langsung dengan metode tawar-menawar, gedungnya berupa kios-kios maupun dasaran terbuka dan tidak mengambil barang dengan jumlah yang berlebihan untuk diperdagangkan sebab tidak mempunyai fasilitas yang lengkap untuk menyimpan barang-barang tersebut.

c. Pasar modern

Pasar modern adalah pasar dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket atau pun grosir yang berbentuk perkulakan. Dengan adanya pasar moderen ini juga menimbulkan persepsi yang berbeda dari setiap lapisan kalangan masyarakat.

d. *E-commerce*

Pedagang elektronik atau *e-commerce* adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi perdagangan dilakukan secara online dari segala sudut. *E-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi electronic yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan

masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran barang atau penjual barang dan jasa, dan informasi secara elektronik¹³

e. Eksistensi

Eksistensi memiliki arti sebagai sesuatu yang keluar dari keberadaannya atau sesuatu yang mampu melampaui dirinya sendiri. Eksistensi adalah suatu yang dinamis tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.¹⁴

Eksistensi dikenal juga dengan keberadaan, dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya seseorang. Karena dengan adanya respon dari orang disekeliling membuktikan bahwa keberadaan seseorang itu diakui.

f. Hegemoni

Teori hegemoni Gramsci adalah teori makro yang menganalisis hubungan-hubungan antara system ekonomi produksi, negara (*political society*) dan masyarakat sipil (*civil society*). Hubungan yang menjadi titik analisa adalah hubungan kekuasaan dan dominasi yang diraih melalui mekanisme konsensus berbagai kekuatan sosial politik dalam

¹³Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, (Medan ; Yayasan Kita Menulis, 2020) hlm.11

¹⁴ Muflihatul Fauza, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern di Kecamatan Medan Amplas*, (Medan: Tesis Diterbitkan, 2017) hlm.11

masyarakat, dengan menggunakan kepemimpinan politik, dan revolusi intelektual serta moral.

Hegemoni bukan hubungan dominasi dengan menggunakan kekuasaan, tetapi hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis. Dengan demikian, berbeda dengan makna aslinya dalam bahasa Yunani yang berarti penguasaan satu bangsa atas bangsa lainnya, hegemoni dalam pengertian Gramsci adalah sebuah organisasi konsensus dimana ketertundukan diperoleh melalui penguasaan ideologi dari kelas yang menghegemoni¹⁵

g. Etika bisnis islam

Etika Bisnis Islam merupakan serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta(barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Etika juga disebut sebagai rambu rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotnya kepada suatu tindakan yang terpuji dan yang harus dipatuhi dan dijalankan.¹⁶

2. Definisi operasional

¹⁵Endah Siswati, “Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci”,*Jurnal Translitera* ,Edisi 5, 2017, hlm.31

¹⁶ H fakhry Zamzam, Havis Araviik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*, (Yogyakarta : Cv Budi Utama 2020) hlm.,1 1

Penelitian yang berjudul Eksistensi Pasar Tradisional Terhadap Hegemoni Pasar Modern Dan *E-Commerce* Di Tinjau Dalam Etika Bisnis Islam melibatkan peran pedagang pasar tradisional, pembeli serta pemerintah dalam menghadapi luasnya persaingan bisnis demi mempertahankan eksistensi pasar tradisional, dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui apa yang membuat para pedagang pasar tradisional tetap bertahan di pasar tradisional meskipun di hadapkan dengan para pesaing yang bisa dikatakan jauh lebih unggul dalam segala aspek. Dan mengkaji konsumen tentang keberadaan pasar modern dan *e-commerce* yang sudah marak di kalangan masyarakat luas. Serta upaya apa yang dilakukan pemerintah demi tetap mempertahankan eksistensi pasar modern di tengah hegemoni pasar modern dan *e-commerce*

G. Sitematika penelitian

Pada penelitian yang dijabarkan oleh peneliti akan dibagi menjadi enam bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini di dalamnya berisi uraian mengenai (A) Latar belakang, (B) Fokus Penelitian, (C) Tujuan Penelitian, (D) batasan masalah, (E) manfaat penelitian, (F) definisi istilah, (G) sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori yang dihasilkan dari penelitian (*grand theory*) dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian dari lapangan. Dengan kata lain, dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berangkat dari data lapangan dan menggunakan teori sebagai penjelasan dan berakhir pada konstruksi teori baru yang dikemukakan oleh peneliti setelah menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang : (A) pendekatan dan jenis penelitian, (B) lokasi penelitian, (C) kehadiran peneliti, (D) data dan sumber data, (E) teknik pengumpulan data, (F) teknik analisis data, (G) pengecekan keabsahan temuan, dan (H) tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi dilapangan), atau hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta diskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana tersebut di atas. Temuan penelitian disajikan dalam bentuk

pola,tema,kecenderungan,dan motif yang muncul dari data. Disamping itu, temuan bisa berupa penyajian kategori, sistem klasifikasi,identifikasi dan tipologi.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang keterkaitan antara pola-pola,kategori-kategori dan dimensi-dimensi,posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya,serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (grounded theory). Temuan penelitian juga dijelaskan implikasi-implikasinya yang lebih luas dalam khazanah kajian yang ada.

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri dari: (A) kesimpulan dan (B) saran atau rekomendasi. Pada kesimpulan,uraian yang dijelaskan dalam model penelitian kualitatif adalah temuan pokok atau simpulan harus mencerminkan “makna” dari temuan-temuan tersebut sesuai dengan fokus penelitian.

Sedangkan saran atau rekomendasi dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan kepada para pengelola obyek/subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan peneliti yang sudah diselesaikan. Saran merupakan suatu implikasi praktis dari hasil penelitian.

BAGIAN AKHIR

Pada bagian akhir ini memuat uraian daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.

1. Daftar Pustaka (Lampiran 17)

Daftar pustaka digunakan untuk menyebut daftar yang berisi bahan-bahan pustaka yang dipakai oleh penulis, baik yang dirujuk maupun yang tidak dirujuk dalam teks. Untuk skripsi, tesis, artikel, daftar pustaka yang ditulis hanya yang dirujuk dalam teks.

2. Lampiran-Lampiran

Dalam lampiran berisi tentang keterangan-keterangan yang dipandang penting untuk penulisan laporan penelitian, misalnya instrumen penelitian, data mentah hasil penelitian, surat ijin dan data bukti telah melaksanakan pengumpulan dan penelitian, serta lampiran lain yang dianggap perlu.

3. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan (Lampiran 18)

Pernyataan keaslian tulisan ini berisi pernyataan bahwa skripsi yang akan diujikan tidak didasarkan data fiktif dan/atau penjiplakan/plagiasi atau autoplajiasi, baik sebagian maupun keseluruhan.

Selain itu, surat pernyataan ini juga berisi kesanggupan mahasiswa menerima sanksi akademik jika terbukti bahwa hasil penelitian yang telah diujikan tersebut ternyata terbukti terdapat sebagian atau keseluruhan data yang fiktif dan/atau

penjiplakan/plagiasi atau autoplajiasi. Pernyataan ini ditandatangani oleh peneliti di atas materai 6000.

4. Daftar Riwayat Hidup (Lampiran 19)

Hal-hal yang dimuat dalam riwayat hidup antara lain: identitas diri, riwayat pendidikan ,pengalaman kerja, prestasi atau penghargaan, pengalaman organisasi, dan karya tulis.