

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM
PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya,
Kabupaten Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

**MAISARAH
NIM. 190602166**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maisarah
NIM : 190602166
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah dan karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 21 Juli 2022

Yang menyatakan



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

**Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam
Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi
Islam “(Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya,
Kabupaten Aceh Besar)”.**

Disusun Oleh:

Maisarah
NIM. 190602166

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi
pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Jalaluddin, MA
NIDN. 2030126502

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 19710317 200801 2007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Maisarah
NIM. 190602166

Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam “(Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar)”.

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu(S-1) dalam Bidang
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 21 Juli 2022 M
22 Dzulhijah 1443 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,


Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204281005011003

Sekretaris,


Jalaluddin, M.A
NIDN. 2030126502

Penguji I,


Azimah Dianah, S.E., M.Si., AK
NIDN. 2026028803

Penguji II,


Rina Desiana, M.E
NIP. 199112102019032018

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh




Dr. Zaki Firdaus, M.Ag
NIP. 196403441992031003



FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Maisarah
NIM : 190602166
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : maisarah12m@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

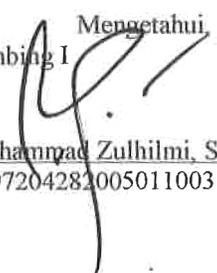
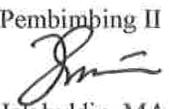
yang berjudul:

Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam “(Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar)”.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 30 Agustus 2022

Penulis	Mengetahui	Pembimbing II
		
Maisarah	Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A	Jalaluddin, MA
NIM: 190602166	NIP. 197204282005011003	NIP. 2030126502

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT berkat Rahmat dan Karunia-Nya disertai limpahan nikmat dan pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan SKRIPSI dengan judul **“Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar)”**, yang merupakan salah satu tugas akhir yang wajib ditempuh guna menyelesaikan studi pada Program Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Shalawat beserta Salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada pangkuan alam kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam Jahiliyah ke alam Islamiyah. Keberhasilan penyusunan Skripsi ini tidak serta merta hanya karena penulis sendiri tetapi dari pertolongan Allah SWT. yang dikirimkan melalui perantara dari berbagai pihak berupa bantuan, bimbingan serta doa. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi dan Cut Dian Fitri, M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Dr. Fithriady, LC. MA selaku Penasehat Akademik (PA) selama menempuh pendidikan di Prodi Ekonomi Syariah.
5. Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku Pembimbing I dan Jalaluddin, ST., MA selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk penulis dalam proses bimbingan sehingga Skripsi ini dapat selesai sebagaimana mestinya.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Orang Tua dan keluarga yang penulis cintai yaitu Ayahanda terhebat Abdul Muthalib dan Ibunda tersayang Nurlaila serta saudara laki-laki M. Zikrullah dan saudara perempuan Tazkiatun Nufus yang telah banyak memberikan doa dukungan serta bantuannya.
8. Semua teman-teman yang selalu memberikan semangat kepada penulis Fara Hafiza, Marlia Eliza, Wahyuni Fitri, Putri Nadia, Miftahus Sururah, Mulyati, Wirdhatul Jannah, Dita Cahya, Ida Nurjannah, Maya Sari, Sara Nurwanti, Ayu Masturina, Hilda Natun.

Akhirnya atas segala doa, bantuan dan dorongan yang telah diberikan, penulis hanya memohon kepada Allah SWT semoga amal kebaikan saudara sekalian mendapatkan balasan dari Allah SWT.
Amin Ya Rabbal 'Alamin

Banda Aceh, 13 Agustus 2022

Penulis

Maisarah



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	ARRRANIRY	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : هول

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

- Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Talḥah : طَلْحَةَ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Maisarah
NIM : 190602166
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : "Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam" (Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar)
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
Pembimbing II : Jalaluddin, MA

Pasar Lambaro merupakan sentral usaha masyarakat, terutama di wilayah Kabupaten Aceh Besar. Keberadaan pasar Lambaro sebagai tempat usaha masyarakat sekitaran Aceh Besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pasar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat serta pandangan Islam terhadap perilaku para pedagang dalam meningkatkan ekonomi di pasar Lambaro dan terciptanya lapangan pekerjaan serta mengurangi intensitas pengangguran yang berada di Kecamatan Ingin Jaya terutama di kawasan pasar Lambaro. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berdasarkan key informan melalui wawancara dengan pedagang di pasar Lambaro Aceh Besar. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh yaitu pasar Lambaro berpotensi dalam peningkatan ekonomi masyarakat adapun potensinya yaitu lapangan pekerjaan, harga murah, produk bervariasi serta letak strategis baik ditinjau dari ekonomi Islam terhadap aktivitas pedagang di pasar Lambaro yaitu sudah baik dilihat dari segi kehalalannya, tindakan para pedagang yang memelihara kebutuhan sehari-hari, kejujuran terhadap kondisi barang yang dijual, serta persaingan yang sehat diantara pedagang tidak melanggar syariat Islam, tetapi dari segi kebersihan masih kurang terpelihara.

Kata Kunci: Potensi, Pasar Tradisional, Peningkatan Ekonomi

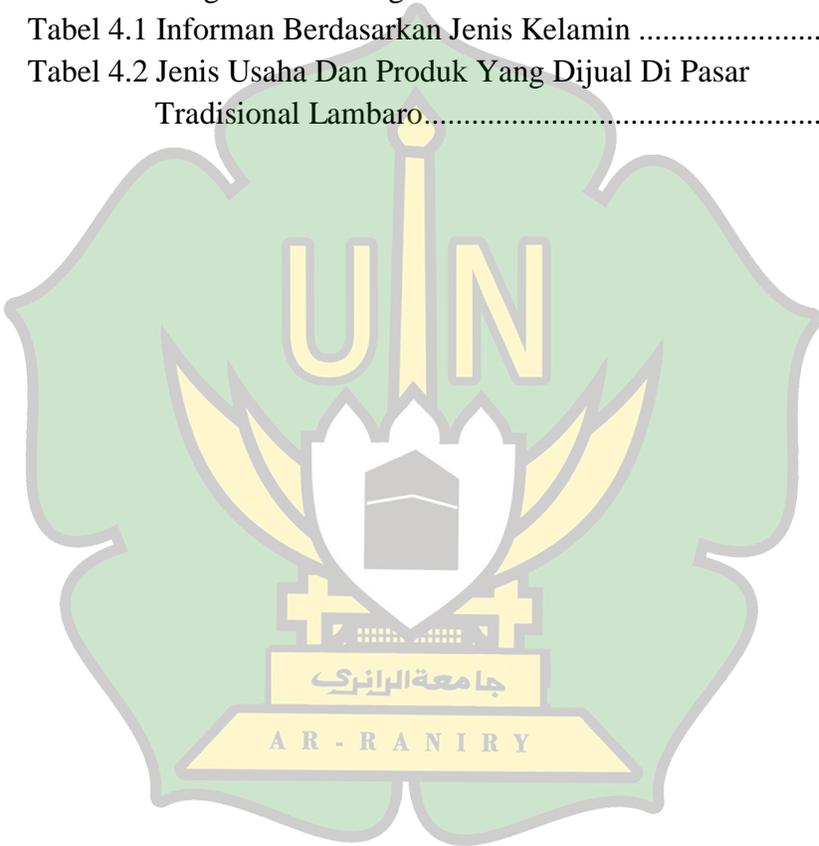
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA IMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN DAN SINGKATAN... ..	xii
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	9
1. 3 Tujuan Penelitian	9
1. 4 Manfaat Penelitian	9
1. 5 Sistematika Penulisan Proposal	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2. 1 Pengertian Pasar	12
2. 2 Pengertian Pasar Modern dan Tradisional	13
2.2.1 Pengertian Pasar Modern	13
2.2.2 Pengertian Pasar Tradisional	15
2.2.3 Kriteria Pasar Tradisional	16
2. 3 Struktur Pasar	17
2. 4 Pasar Dalam Islam	19
2. 5 Mekanisme Pasar Dalam Islam	20
2. 6 Potensi Pasar.....	23
2.6.1 Indikator Potensi	25
2. 7 Perekonomian Masyarakat	29
2. 8 Peningkatan Ekonomi	30
2.8.1 Indikator Peningkatan Ekonomi	32
2. 9 Pengertian Ekonomi Islam	34
2.9.1 Kedudukan Perdagangan Dalam Islam.....	36

2.9.2	Tindakan Pedagang Yang Dianjurkan	38
2.9.3	Tindakan Pedagang Yang Dilarang	40
2.10	Penelitian Terkait.....	44
2.11	Kerangka Berpikir	52
BAB III	METODE PENELITIAN.....	53
3. 1	Rancangan Penelitian	53
3. 2	Lokasi Penelitian	54
3. 3	Jenis Dan Sumber Data	54
3. 4	Subjek dan Objek Penelitian	55
3.4.1	Subjek Penelitian	55
3.4.2	Objek Penelitian.....	56
3. 5	Teknik Pengumpulan Data	57
3. 6	Instrumen Penelitian.....	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
4.2	Deskriptif Informan	61
4.3	Hasil Penelitian.....	62
4.3.1	Potensi Pasar Tradisional.....	62
4.3.2	Strategi Meningkatkan Potensi Pedagang	73
4.3.3	Implementasi Ekonomi Syariah Terhadap Perilaku Ekonomi Pedagang	75
4.4	Analisis Penulis	80
BAB V	PENUTUP	83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.1	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	44
Tabel 3.1 Daftar Informan	56
Tabel 3.2 Pengukuran Potensi	58
Tabel 3.3 Pengukuran Peningkatan Ekonomi.....	59
Tabel 4.1 Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Jenis Usaha Dan Produk Yang Dijual Di Pasar Tradisional Lambaro.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	52
Gambar 4.1 Umur Rata-rata Pedagang Pasar Lambaro.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	90
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian	92



BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan sosial berencana karena meliputi berbagai dimensi untuk mengusahakan kemajuan dalam kesejahteraan ekonomi, modernisasi, pembangunan bangsa, wawasan lingkungan dan bahkan peningkatan kualitas manusia untuk memperbaiki kualitas hidupnya (Tjokroamidjojo, 1984). Pembangunan daerah merupakan suatu pemanfaatan sumber daya yang dimiliki suatu daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara nyata, untuk menciptakan lapangan pekerjaan, baik dalam aspek pendapatan, kesempatan kerja, serta akses terhadap pengambilan kebijakan, berdaya saing maupun peningkatan indeks pembangunan manusia.

Selain usaha skala besar, pembangunan ekonomi juga dapat didorong dengan memiliki sarana dan prasarana desa yang memadai dan membuka berbagai jenis usaha, terutama usaha kecil serta menengah di masyarakat pedesaan. Pengangguran dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, menciptakan lapangan kerja di berbagai sector serta mengembangkan bisnis wirausaha. Pekerjaan dengan peluang bisnis berasal aneka macam inspirasi serta keadaan lapangan yang ada (Sudrajat, 2005:10).

Peningkatan ekonomi masyarakat ialah sesuatu yang harus dilakukan semata-mata untuk kesejahteraan bagi masyarakat. Masyarakat sejahtera ialah tujuan dari pembangunan ekonomi, masyarakat yang sejahtera ialah kondisi ideal bagi setiap warga masyarakat. Sehingga terus melakukan berbagai upaya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Bagi Imam Al-Gazali kesejahteraan dari suatu masyarakat tergantung pada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar yaitu, agama, hidup atau jiwa, keluarga atau generasi, properti atau kekayaan, kecerdasan intelek atau akal. Imam Al-Gazali menekankan sesuai dengan tuntutan wahyu “kesejahteraan hidup ini serta kehidupan akhirat adalah tujuan utama. Serta pada aspek ekonomi kesejahteraan sosial dapat diartikan menjadi kebutuhan, kesenangan atau kenyamanan dan kemewahan (Karim, 2003).

Muslich (2007) menyatakan bahwa dalam sistem ekonomi Islam segalanya berorientasi *rahmatan lil alamin*. Pada masa perkembangannya sistem ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup kecil, yaitu terbatas pada perbankan syariah, Baitul Maal Wa Tamwil dan asuransi syariah. Namun pada kenyataannya ekonomi syariah mengatur segala aspek perekonomian manusia, kesejahteraan manusia, tingkah laku manusia pedagang maupun pembeli, distribusi maupun konsumsi yang dilakukan di suatu pasar. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pasar merupakan tempat sekumpulan orang melakukan transaksi jual-beli.

Salah satu yang meningkatkan ekonomi masyarakat ialah potensi pasar. Potensi pasar ialah ekspresi dari peluang penjualan maksimal untuk menjual produk dan jasa dalam jangka waktu tertentu, contohnya satu tahun. Perkiraan potensi pasar berhubungan dengan permintaan produk saat ini dan proyeksi pasar di masa depan. Potensi pasar bisa dianalisis lewat penyusunan pasar, penetapan harga, fasilitas serta prasarana yang tersedia di pasar.

Pada dasarnya potensi pasar sangatlah penting bagi perekonomian masyarakat, diantaranya adalah *pertama* harga sebenarnya terbentuk melalui mekanisme harga. Harga ditetapkan tanpa campur tangan pemerintah atau asosiasi produsen, *kedua* dalam jangka panjang hendak terjalin harga yang menguntungkan konsumen sebab harga dibangun dari biaya rata-rata minimum. Sehingga pasar mengklaim diproduksinya produk dengan bayaran rendah, *ketiga* pasar tidak butuh memasang iklan karena mutu serta biaya nyaris sama. Selain banyak keunggulan terdapat juga masalah-masalah yang dihadapi pasar yaitu keuntungan yang diterima dalam skala normal sehingga beberapa perusahaan sulit menyediakan dana untuk pengembangan, barang yang diperjual belikan bersifat homogen (sama) serta kurang variatif sebagai akibatnya konsumen akan cepat merasa bosan (Jun Surjani, 2018).

Pasar Islami ialah pasar dimana nilai-nilai Islam diterapkan, seperti perdagangan yang sah. Menurut syara' wajib mempunyai

rukun serta syarat yang sesuai dengan anjuran Islam yaitu ada akad, ada orang berakad, produk yang diperjual belikan (*ma'qud alaih*) serta mendapat nilai tukar untuk mengganti produk. Adapun syarat subjek, seorang yang berakad artinya berakal (baligh serta dewasa) tanpa paksaan atau sukarela, sebaliknya keadaan produk yang dijual harus halal serta baik, bermanfaat menurut syara' dan produk tersebut ialah milik dirinya sendiri. Selain diatas dalam Islam pasar harus bebas dari riba, ketidakjelasan (*gharar*), penipuan (*tadlis*) serta lainnya (Nazaruddin, 2013: 92)

Ada dua macam pasar, yang pertama pasar modern dan kedua pasar tradisional. Pasar yang berpotensi meningkatkan ekonomi masyarakat salah satunya adalah pasar tradisional. Pasar tradisional ialah tempat bertemunya pembeli dan penjual yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, serta terjadi negosiasi, biasanya bangunan terdiri dari lapak atau toko, kios serta ruang yang terbuka yang dibuka oleh penjual itu sendiri atau pengelola pasar yang buka. Pasar tradisional harus ada karena merupakan representasi ekonomi kerakyatan, ekonomi rakyat bawah, pedagang kecil serta menengah. Dan juga pasar tradisional menjadi tumpuan untuk petani serta peternak atau penjual lainnya sebagai distributor komoditas (Malano, 2011). Menurut Sudirmansyah (2011) pasar ialah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan.

Ada beberapa kelebihan dari pasar tradisional yaitu, adanya negosiasi antara penjual dan pembeli, adanya transaksi langsung dengan penjual, serta harga produk yang cukup murah dan terjangkau karena produk yang dijual di pasar tradisional di ambil dari distributornya langsung. Tidak hanya kelebihan saja yang terdapat di pasar tradisional melainkan ada juga kekurangan di pasar tradisional seperti tempatnya kotor, pengap, kumuh, tidak teratur, tempat yang terbuka secara alami serta tidak adanya pendingin (AC), pengemasan barang-barangnya kurang baik dan daerah parkir kendaraan yang kurang teratur.

Beberapa penelitian sebelumnya seperti Ahmad (2016) keberadaan pasar tradisional sangat berpotensi bagi masyarakat serta terdapat lapangan pekerjaan di pasar tradisional dapat menurunkan atau mengurangi pengangguran. Menurut Andi (2018) pasar tradisional mendapatkan apresiasi yang relatif tinggi dari masyarakat dan berdampak pada usaha masyarakat dalam meningkatkan ekonomi serta kesejahteraan.

Pasar tradisional yang ada di Aceh terdapat di kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh besar ialah pasar Lambaro yang terdapat di Ibu kota Kecamatan Ingin Jaya, jalan Medan - Banda Aceh. Pasar ini mempunyai luas area kurang lebih sekitaran 3,4 hektar. Pasar ini di bangun pada tahun 1986, tahun 2007 dilakukan perkembangan pada pembangunan sarana prasarana serta direnovasi beberapa sarana di pasar. Pembangunan pulang pasar ini dilakukan dengan sumber dana yg berasal dari bantuan

hibah dari pemerintah dan rakyat Jepang melalui Japan International Cooperation System (JICS). Ini merupakan bagian merehabilitasi dan membangun kembali infrastruktur perdagangan di Aceh pasca bencana gempa dan tsunami 26 Desember 2004 lalu.

Pasar Lambaro merupakan pasar yang menggunakan cara tradisional untuk menukarkan barang dengan alat tukar. Barang-barang yang di jual ialah kebutuhan yang amat mendasar (*primer*), adapun barang yang tersedia pada pasar tersebut yaitu segala jenis buah-buahan, sayuran serta bumbu dapur. Selain itu juga tersedia segala jenis ikan serta daging, bahkan juga tersedia segala jenis pakaian dan perlengkapan dapur serta rumah. Pasar lambaro terletak di beberapa daerah dan ada tempat untuk menjual sayuran dan daging di setiap blok yang ada di selatan. Sedangkan di sebelah utara terpisah dari area sayuran, tersedia kios yang menjual buah-buahan dan pakaian, di bagian timur pasar di masing-masing toko menjual perhiasan dan sepeda motor baru serta bekas (<https://serambiwiki.tribunnews.com>).

Pasar Lambaro merupakan salah satu pasar tradisional di kabupaten Aceh Besar. Pasar Lambaro merupakan pasar yang potensial, karena letak tepatnya yang sangat strategis dikarenakan berada di jalan sentral pehubung banyak daerah. Pasar Lambaro beroperasi setiap hari, meskipun demikian untuk jam operasi pasar itu sendiri tidak menentu. Para pedagang pasar Lambaro sudah ada yang menjajakan dagangannya pada pukul

05.00 pagi dan ada pula yang baru buka pukul 08.00 pagi. Kebanyakan pedagang yang beroperasi pukul 05.00 pagi tersebut merupakan pedagang sayuran dan kebutuhan pokok lainnya, sedangkan pedagang yang mulai pukul 08.00 pagi kebanyakan adalah penjual pakaian dan perabotan. Salah satu asset yang cukup berpengaruh terhadap perputaran ekonomi kawasan perdagangan ialah pasar Lambaro. Pasar tersebut berada di tengah-tengah dan mempunyai letak yang strategis, sehingga menyita perhatian baik dari warga sekitar maupun dari kalangan warga yang melintas daerah tersebut. Di sisi lain pasar ini juga strategis untuk orang-orang yang melakukan aktifitas, sehingga peran dan fungsi pasar Lambro mampu dimanfaatkan untuk memperlancar aktifitas masyarakat dalam berbagai kegiatan seperti ekonomi (Munazar, 2022).

Perdagangan di pasar Lambaro merupakan upaya untuk lebih mengembangkan perekonomian daerah, misalnya menjual kebutuhan sehari-hari, bahan makanan seperti ikan, produk organik, sayur-sayuran, telur, daging, kelapa, kue dan berbagai barang dagangan. Melalui upaya-upaya tersebut, dipercaya daerah setempat dapat lebih mengutamakan keadaan keuangan dari sebelumnya, khususnya dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Untuk mencapai pencapaian prestasi ini dengan sebaik-baiknya diharapkan perlu menggali potensi yang ada untuk dikembangkan lebih jauh. Namun, dengan asumsi transaksi itu hanya untuk keuntungan besar dan sebagai tujuan bisnis, maka

mereka akan sering mencapai tujuan itu dengan cara yang berbeda, karena situasi tersebut cara berperilaku negatif sering terjadi dan dalam jangka panjang berubah menjadi kebiasaan. Jelas ini tidak sesuai dengan standar prinsip keuangan Islam. Pada dasarnya, masalah keuangan Islam adalah transformasi nilai-nilai dalam Islam yang mendidik tentang masalah ekonomi dalam kehidupan manusia (Muhammad, 2007:1).

Kerangka keuangan Islam adalah kerangka moneter yang terletak pada *rahmatan lil alamin*. Dalam aspek keuangan Islam, motivasi di balik bisnis tidak selalu untuk mencari keuntungan materi (*qimah maddiyah*) tetapi harus memiliki pilihan untuk memperoleh dan memberikan keuntungan non-materi (manfaat atau keuntungan), baik untuk organisasi perusahaan itu sendiri atau lingkungan yang lebih luas, misalnya membuat lingkungan persaudaraan, pertimbangan sosial dan sebagainya. Islam mendorong kerabatnya untuk bekerja dan berproduktif.

Berdasarkan uraian dan pemaparan pada latar belakang tersebut, maka peneniti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam “(Studi di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh besar)”**”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi pasar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Lambaro Kabupaten Aceh besar?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan potensi pedagang dalam peningkatkan ekonomi masyarakat di pasar Lambaro?
3. Bagaimana implementasi ekonomi syariah terhadap perilaku para pedagang dalam meningkatkan ekonomi di pasar Lambaro?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah pasar Lambaro berpotensi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Kabupaten Aceh besar.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi meningkatkan potensi pedagang dalam peningkatkan ekonomi masyarakat di pasar Lambaro.
3. Untuk mengetahui bagaimana implementasi ekonomi syariah terhadap perilaku para pedagang dalam meningkatkan ekonomi di pasar lambaro.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Agar menjadi rujukan atau referensi dan menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Islam.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis: penelitian ini dimaksudkan guna memenuhi syarat menyelesaikan tugas akhir, dan menambah pengetahuan serta pengalaman penelitian yang berkaitan dengan potensi pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.
- b. Bagi masyarakat: hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran dan gambaran terhadap masyarakat perihal potensi pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Sistematika penulisan pada penelitian ini bertujuan agar penulisannya lebih terstruktur serta terarah. Adapun susunan dalam proposal ini ialah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Di bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Menguraikan tentang Pengertian Potensi, Pasar, Pasar modern, Pasar Tradisional, Kriteria Pasar

Tradisional, Struktur Pasar, peningkatan Ekonomi, Pengertian ekonomi Islam, Perspektif Ekonomi Islam, mekanisme Pasar dalam islam, Penelitian Terkait, Kerangka Pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai tentang pengambilan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian meliputi: variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis yang dipakai dalam penelitian, serta tahapan penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas pengelolaan data hasil penelitian yang sesuai dengan metode yang digunakan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada pihak terkait yang berkepentingan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2. 1 Pengertian Pasar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar terdiri dari semua kemungkinan klien dengan kebutuhan atau keinginan khusus yang bersedia dan siap melakukan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan. Awalnya istilah pasar menyiratkan tempat berkumpulnya pembeli dan pedagang untuk berdagang atau bertukar produk. Pasar dalam ilmu ekonomi adalah tempat dimana pembeli dan penjual berdagang (Boedino, 2015).

Pasar mengacu pada daerah atau kondisi di mana permintaan (pembeli) atau pasokan (pemasok) dipenuhi untuk setiap jenis barang, sumber daya, atau jasa. Pembeli yang membutuhkan produk dan tenaga kerja, sementara industri membutuhkan tenaga kerja, kapital dan barang dagangan mentah untuk menciptakan produk maupun tenaga kerja. Pedagang termasuk dalam industri yang menampilkan produk atau tenaga kerja yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual energy serta keterampilan mereka, dan pemilik modal mengusulkan untuk berbagi keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua akan berperan ganda, yaitu pembeli dan penjual (Adiwarman, 2007).

Menurut Islam, pasar merupakan sarana atau tempat yang ideal untuk transaksi ekonomi, namun terdapat berbagai kelemahan yang tidak cukup untuk mencapai tujuan ekonomi Islam. Secara teori dan praktik, terdapat beberapa kelemahan di pasar, seperti mengabaikan pendapatan dan distribusi yang adil, ketidak sejajaran prioritas individu untuk kepentingan sosial antara berbagai kebutuhan, kegagalan pasar tradisional dan persaingan tidak sempurna.

Islam sangat menghargai perdagangan yang halal serta baik. Sebagaimana firman Allah: Q.S. An-Nisa (4):29.

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

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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu).”* (Q.S. An-Nisa (4):29).

2. 2 Pengertian Pasar Modern dan Tradisional

2.2.1 Pengertian Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli, di tandai dengan jual beli secara tidak langsung. Pembeli mengurus kebutuhan mereka sendiri dengan mengambil di rak yang telah ditentukan

sebelumnya. Biaya produk ditampilkan dalam tabel di rak tempat produk ditemukan dan merupakan biaya tetap yang tidak dapat ditawar menawar.

Pasar modern adalah pasar yang diawasi menggunakan administrasi terbaru, pada umumnya di wilayah perkotaan, menjadi pemasok tenaga kerja dan produk dengan kualitas dan administrasi yang baik untuk pelanggan (biasanya orang-orang dari kelas menengah ke atas). Yang termasuk pasar saat ini adalah pusat pembelanjaan, supermarket, toko kecil dan lain sebagainya. Barang dagangan yang dijual di sini memiliki berbagai macam jenis. Selain memberikan barang dagangan lokal, sektor bisnis yang sedang berjalan juga memberikan produk impor. Barang yang dijual umumnya memiliki kualitas yang lebih terjamin karena melalui penetapan awal yang ketat maka barang yang kurang/tidak memenuhi syarat pengelompokan akan dikeluarkan. Pasar modern saat ini sebagian besar memiliki stok produk yang dapat diukur di pusat-pusat distribusi. Pasar saat ini memiliki harga yang layak (biaya di umumkan sebelum dan sesudah biaya pajak). Keberadaan pemasok tenaga kerja dan produk yang menawarkan jenis bantuan berkualitas kepada pembeli telah membuat banyak orang pergi ke pasar masa kini

untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. (Sinaga, 2006).

2.2.2 Pengertian pasar Tradisional

Peraturan Negara Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai bidang usaha yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah yang diklaim provinsi dengan lingkungan bisnis sebagai toko, los, kios dan tenda yang di kelola oleh pedagang kecil dan menengah, lembaga swadaya masyarakat atau koperasi dengan organisasi lingkup terbatas, sedikit modal yang dimiliki/dikelola dan cara paling umum untuk perdagangan barang dagangan melalui transaksi jual beli dan negosiasi.

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, bidang usaha pasar tradisional merupakan cara mendasar untuk menjual kebutuhan pokok bagi pelaku usaha keuangan menengah dan kecil. Salah satu anggota pasar tradisional adalah peternak, petani, nelayan, pekerja terampil atau pengrajin dan industri perorangan (industri rumah tangga). Pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara pembeli dan penjual yang ditandai dengan transaksi langsung antara pembeli dan penjual, bangunan yang mencakup kios atau tempat penjualan

dan juga ruang yang terbuka oleh pedagang atau pengelola pasar. Di pasar tradisional ini, sebagian besar mereka menjual kebutuhan seperti bahan makanan seperti ikan, sayuran, buah-buahan, telur, daging, barang elektronik, kain, jasa dan lain-lain.

Kerangka pasar ini berada dalam siklus pertukaran atau transaksi, yang mana pedagang menawarkan jenis bantuan kepada pembeli yang datang ke toko dan mengatur serta memutuskan biaya dengan jumlah yang telah disepakati sebelumnya. Pasar seperti ini biasanya terdapat di lingkungan sekitar untuk memudahkan pembeli memasuki pasar. Sektor bisnis pasar ini umumnya bersifat sementara atau permanen, dengan tingkat pelayanan yang terbatas.

2.2.3 Kriteria Pasar Tradisional

Adapun langkah-langkah untuk sektor usaha pasar tradisional dari peraturan menteri dalam negeri nomor 20 tahun 2012 adalah sebagai berikut:

1. Sektor bisnis pasar tradisional dimiliki, dibangun atau diawasi oleh pemerintah daerah
2. Ada kerangka kesepakatan antara penjual dan pembeli. Tawar-menawar in adalah salah satu adat yang terbentuk di pasar itu sendiri. Hal ini

dapat menjalin hubungan persahabatan antara pedagang dan pembeli menjadi lebih dekat.

3. Lingkungan bisnis atau tempat usaha yang beragam dan tergabung dalam area yang sama. Terlepas dari kenyataan bahwa mereka semua berada di area yang sama, setiap pedagang menjual berbagai hal. Demikian pula, ada tanda produk yang dipisahkan berdasarkan jenis barangnya, seperti ikan, sayuran, buah-buahan, rempah-rempah, daging, dan kelompok lainnya.
4. Sebagian besar tenaga kerja dan produk yang diberikan merupakan hasil dari produksi lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah barang yang diantarkan di sekitar. Meskipun ada beberapa produk yang diambil dari barang pedesaan di berbagai daerah yang tidak jauh dari kabupaten, tetapi tidak sampai diimpor ke luar pulau atau negara.

2.3 Struktur Pasar

Pasar juga dapat dikenali berdasarkan desainnya. Struktur pasar menjadi bahasan mendasar karena dapat meningkatkan persaingan dalam peluang bisnis tenaga kerja dan produk. Tingkatan persaingan pasar dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu pasar persaingan tepat, pasar

monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli sebagai berikut: (Syafri, 2004)

1. Pasar persaingan sempurna yang sering disebut pasar persaingan murni adalah pasar di mana terdapat banyak penjual tetapi tidak satu pun dari mereka yang cocok atau berkemampuan untuk mempengaruhi biaya pasar. Ini berlaku untuk perubahan dalam biaya persediaan dan pembuatan.
2. Pasar persaingan yang tidak sempurna (pasar monopoli) Pasar persaingan tidak sempurna disebut *imperfect competition*, strukturnya berupa pasar monopoli, oligopoli, dan monopolistik. Sebuah pasar dikatakan monopoli jika semua penawaran untuk produk yang sama dijual, dibatasi oleh satu penjual atau beberapa pedagang. Karena pedagang (monopoli) menguasai stok, dengan tujuan keuntungan mereka biasanya akan tercapai dengan sendirinya tanpa orang lain. Sebagai pelaku monopoli, kemampuan untuk memutuskan biaya ada dalam genggamannya mereka.
3. Pasar persaingan monopolistik dapat dicirikan sebagai pasar di mana banyak produsen yang memproduksi berbagai barang.
4. Pasar oligopoli merupakan pasar yang terdiri dari beberapa pedagang yang jumlahnya antara 10 sampai dengan 15 penjual. Kata oligopoli berasal dari istilah

oligos polein (Yunani) dan itu menyiratkan bahwa hampir tidak menjual apa-apa atau penjualan sedikit.

2. 4 Pasar Dalam Islam

Pasar dalam Islam ialah tempat transaksi ekonomi yang aturannya telah diatur dalam pelajaran Islam. Seharusnya membuat sistem biaya yang adil atau harga wajar. Islam menempatkan pasar dalam situasi yang signifikan dalam perekonomian. Rasulullah SAW sangat menghargai biaya yang dibuat dengan prosedur pasar sebagai biaya yang wajar, beliau menolak adanya investasi harga. Perubahan biaya terjadi karena sistem pasar yang adil, khususnya hanya karena pergerakan permintaan dan penawaran.

Islam menempatkan kualitas moral di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya Islam diberikan sebagai ide terhadap moral dan akhlak bagi kehidupan manusia, seperti dalam hadits “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Pengertian terdekat untuk melibatkan gagasan moral dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam akhlak (etika) sebagai kesan keislaman (keyakinan). Akhlak dalam Islam memberikan sangsi yang kuat dan kekuatan untuk menjalankan dan menegakkan norma-norma etika.

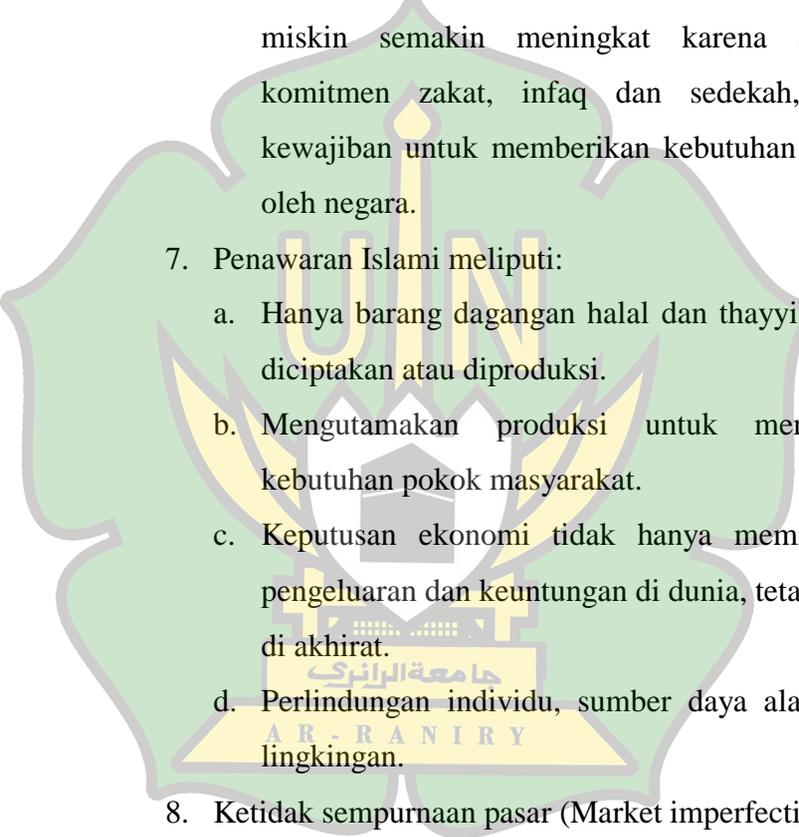
Moral atau etika memiliki kedudukan yang tinggi bagi eksistensi manusia, baik sebagai individu warga negara maupun individu dari suatu negara. Kejayaan, kemuliaan

umat di bumi bergantung pada kualitas (etika) yang mendalam dan kerusakan di bumi hanyalah kerusakan pada moralitas manusia itu sendiri. Kehidupan manusia membutuhkan kualitas etika, tanpa kualitas etika keberadaan manusia tidak mungkin berlangsung (Juliyani, 2016: 63).

2. 5 Mekanisme Pasar Dalam Islam

Dari berbagai sumber, sistem pasar dalam Islam mencakup sudut filosofis hingga humanistik sebagai berikut (Sukarno, 2013):

1. Pengaturan harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran di pasar.
2. Pertukaran yang terjadi antara pedagang dan pembeli adalah pertukaran berdasarkan faktor kesepakatan (agreement)
3. Dalam pasar yang adil, tidak boleh ada campur tangan (intervensi) dari pihak manapun.
4. Pedagang diperbolehkan mengambil keuntungan imbalan atas usaha serta resiko dengan syarat keuntungan yang tidak berlebihan.
5. Tidak diperbolehkan adanya motif mementingkan diri sendiri dengan menghalangi kebaikan, terutama kejahatan.
6. Ajakan Islami mencakup hal-hal berikut:

- 
- a. Permintaan menyangkut produk yang halal dan thayyib
 - b. Tidak ada persyaratan produk untuk kemewahan, kemegahan dan kemubaziran.
 - c. Permintaan terhadap kebutuhan pokok fakir miskin semakin meningkat karena adanya komitmen zakat, infaq dan sedekah, serta kewajiban untuk memberikan kebutuhan pokok oleh negara.

7. Penawaran Islami meliputi:

- a. Hanya barang dagangan halal dan thayyib yang diciptakan atau diproduksi.
- b. Mengutamakan produksi untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat.
- c. Keputusan ekonomi tidak hanya memikirkan pengeluaran dan keuntungan di dunia, tetapi juga di akhirat.
- d. Perlindungan individu, sumber daya alam dan lingkungan.

8. Ketidak sempurnaan pasar (Market imperfection)

Produktivitas pasar tidak terjadi jika pasar tidak sempurna. Hal ini disebabkan oleh:

- a. Kekuatan pasar, yang memiliki kekuatan pasar, dapat menentukan keselarasan biaya dan jumlah.

- b. Eksternalitas, latihan pemanfaatan/kreasi yang memengaruhi pihak lain pada pasar dalam pengamatan.
 - c. Produk publik
 - d. Data yang cacat menyebabkan kegagalan di pasar pada permintaan dan penawaran.
9. Dalam Islam, ketidak sempurnaan di atas diakui dan ditambah dengan beberapa unsur yang menyebabkan penyimpangan pasar, antara lain:
- a. Rekayasa permintaan dan penawaran
 - b. Ba'i najasy: Produsen meminta agar kelompok lain mengakui produknya atau menawar harga selangit, sehingga individu terpengaruh.
 - c. Ihtikar: mengambil keuntungan di atas keuntungan biasa dengan menggunakan cara menahan barang dagangan agar tidak beredar di pasaran sehingga biayanya bertambah.
 - d. Tadlis (penipuan), tadlis kuantitas, tadlis kualitas, tadlis harga, tadlis waktu penyerahan
 - e. Ghaban faa-hisy: menjual di atas harga pasar.
 - f. Tallaqi rukban: pedagang membeli produk penjual sebelum memasuki kota
 - g. Taghrir (ketidakpastian), taghrir kualitas, taghrir kuantitas, taghrir harga, taghrir waktu penyerahan.

2. 6 Potensi Pasar

Potensi berasal dari bahasa latin “potentia” berarti kemampuan. Dalam penyusunan kata potensi ialah kapasitas yang memiliki kemungkinan untuk berkembang (Sunarto, 2005). Pada saat yang sama potensi pasar ialah pernyataan tentang peluang penjualan terbesar untuk produk dan layanan tertentu dalam periode tertentu seperti satu tahun. Menurut Slamet Wiyono (2006) potensi dapat diartikan sebagai kemampuan dasar dari sesuatu yang masih terpendam di dalamnya yang menunggu untuk diwujudkan menjadi suatu kekuatan nyata dalam diri sesuatu tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya. Secara sederhana, potensi adalah sesuatu yang bisa kita kembangkan (Majdi, 2007). Penilaian potensi pasar mencakup permintaan saat ini untuk diproyeksikan di kemudian hari. Potensi pasar sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang di suatu pasar. Besarnya pasar suatu produk ditentukan oleh daya beli individu yang dicerminkan oleh tingkat pendapatan, populasi, tingkat harga, dan distribusi pendapatan mereka (Sofjan, 2002).

Selain itu potensi pasar adalah ekspresi dari peluang perdagangan terbesar untuk produk dan layanan tertentu dalam jangka waktu tertentu (misalnya satu tahun). Penilaian potensi pasar mencakup minat saat ini untuk produk dan jasa tersebut

serta proyeksi pola pasar di kemudian hari. Potensi pasar dapat dilihat melalui penataan pasar, penetapan harga serta sarana dan prasarana yang ada di pasar tersebut. KBBI (2008) menyatakan, Potensi adalah kemampuan, kekuatan, kesanggupan, daya yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Dalam kamus ilmiah, Potensi diartikan sebagai kekuatan, kesanggupan, kemampuan, kekuatan, pengaruh, daya dan kefungisian (Hadid, 2008).

Sehingga dari pengertian diatas dapat disimpulkan, Potensi pasar adalah kemampuan yang dimiliki oleh setian masyarakat sekitar yang membutuhkan produk atau jasa dan mempunyai daya beli yang siap untuk dibelanjakan pada suatau saat tertentu terhadap produk atau jasa yang dijual. Sehingga pasar tersebut mempunyai peluang penjualan maksimal untuk produk dan jasa tertentu selama periode waktu yang ditentukan, misalnya satu tahun atau beberapa tahun. Sehingga potensi pasar melibatkan permintaan sekarang terhadap produk dan kecenderungan pasar dimasa mendatang. Dengan begitu, keberadaan pasar memberi potensi yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, yang mana keberadaannya mempunyai potensi terhadap pedagang yang ekonominya atau pendapatannya belum memadai, sehingga para pedagang dapat bergantung mencari pekerjaan di pasar tersebut, dengan begitu pedagang bisa memanfaatkan potensi yang ada di pasar tersebut.

2.6.1 Indikator Potensi

Adapun indikator dari potensi pasar dapat disimpulkan sebagai berikut, lapangan pekerjaan, harga dan letak yang strategis (Muhsinat, 2016).

1. Lapangan Pekerjaan

Berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2000, Lapangan kerja dapat diartikan sebagai ketersediaan kerja atau pekerjaan yang bisa diisi oleh tenaga kerja dan juga Lapangan Pekerjaan adalah suatu bidang mengenai kegiatan usaha, perusahaan atau instansi yang bisa ditepati seseorang pekerja atau pernah ditempati bekerja.

Tambunan (2002) menyatakan bahwa tenaga kerja adalah orang yang bersedia atau sanggup bekerja untuk diri sendiri atau anggota keluarga yang tidak menerima upah serta mereka yang bekerja untuk upah. Sedangkan menurut simajutak, bahwa tenaga kerja adalah kelompok penduduk dalam usia kerja dimana ia mampu bekerja atau melakukan kegiatan ekonomis dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tenaga kerja juga berarti tenaga kerja manusia, baik jasmani maupun rohani, yang digunakan dalam proses produksi, yang disebut juga sebagai sumber daya manusia, tenaga kerja inilah yang mengarap sumber daya produksi alam. Manusia tidak hanya menggunakan tenaga jasmani, melainkan juga

tenaga rohani. Tenaga kerja jasmani adalah tenaga kerja yang mengandalkan fisik atau jasmani dalam proses produksi. Sedangkan tenaga kerja rohani adalah tenaga kerja yang memerlukan pikiran untuk melakukan kegiatan proses produksi (Suroso, 2004).

2. Harga

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (2015), menjelaskan bahwa perekonomian merupakan salah satu kepentingan kehidupan negara. Perekonomian negara yang kokoh akan mampu menjamin kesejahteraan dan kemampuan rakyat. Salah satu penunjang perekonomian negara adalah kesehatan pasar, baik pasar barang dan jasa, pasar uang, maupun pasar tenaga kerja. Kesehatan pasar, sangat tergantung pada mekanisme pasar yang mampu menciptakan tingkat harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat. Apabila kondisi ini dalam keadaan wajar dan normal tanpa ada pelanggaran, seperti penimbunan (*ihthikar*) harga akan stabil. Namun, apabila terjadi persaingan yang tidak fair, keseimbangan harga akan terganggu yang pada akhirnya mengganggu kesejahteraan rakyat. Harga dalam ekonomi termasuk salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga yang di maksudkan untuk

mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya.

Harga dalam teori ekonomi Islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual (P3EI, 2015).

Dalam penetapan harga, Jusmaliani (2008) mengatakan bahwa Rasulullah SAW dalam ajarannya meletakkan keadilan dan kejujuran sebagai prinsip dalam perdagangan. Perdagangan yang adil dalam konsep Islam adalah perdagangan yang “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Berkenaan dengan hal tersebut, penetapan harga dalam ekonomi syariah harus didasarkan atasmekanisme pasar, yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran sehingga tidak ada satu pihakpun yang terzalimi.

3. Lokasi

Haizer (2001:33), menyatakan bahwa lokasi adalah letak atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang bisa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stan atau counter bank di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan.

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, sehingga pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena jika lokasi usahanya mudah untuk dijangkau maka akan berdampak pada

kesuksesan usaha itu sendiri. Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya, keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan.

2. 7 Perekonomian Masyarakat

Mubyarto (1996), menyebutkan bahwa dalam konteks permasalahan sederhana, ekonomi rakyat merupakan strategi “bertahan hidup” yang dikembangkan oleh penduduk masyarakat miskin, baik dikota maupun desa. Meningkatkan kesejahteraan, ekonomi merupakan kegiatan dalam pemberdayaan dimasyarakat. Ekonomi dapat diartikan sebagai upaya dalam mengelola rumah tangga, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui tiga kegiatan utama yaitu: produksi, distribusi, dan konsumsi. Pemenuhan hidup dengan kendala terbatasnya sumber daya, erat kaitannya dengan upaya meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan. Produksi distribusi dan konsumsi, merupakan rangkaian kegiatan yang berlangsung secara terus menerus dan sering disebut sebagai proses yang berkesinambungan, Proses ini berjalan secara alamiah sejalan dengan perkembangan masyarakat dibidang sosial, ekonomi, budaya dan politik. Secara ekonomi proses alamiah yaitu bahwa menghasilkan produksi harus dinikmati konsumsi,

dan sebaliknya yang menikmati harus yang menghasilkan dengan begitu kegiatan ekonomi masyarakat harus selalu menghasilkan dan memanfaatkan segala sumber daya yang ada untuk memenuhi kehidupan dan kebutuhan keluarganya (Sumodiningrat, 1998).

2.8 Peningkatan Ekonomi

Peningkatan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer memiliki arti penting proses, teknik, aktivitas, usaha, tindakan, dan lain-lain. Dari arti tersebut dapat disimpulkan bahwa gagasan kemajuan adalah proses atau pekerjaan untuk lebih mengembangkan sesuatu dan memperbaiki sesuatu untuk lebih baik lagi. Jadi, jika sesuatu bisa lebih baik dari yang diperkirakan, itu bisa dikatakan telah berjalan atau meningkat. Setiap warga negara berkewajiban untuk mendapatkan imbalan sesuai dengan pengorbanan yang menghasilkan, menghargai, menikmati dan mendapatkan manfaat sesuai dengan kemampuannya untuk menciptakan. Adanya toleransi di antara individu-individu di daerah tersebut dan pada umumnya menjaga keharmonisan antara yang kuat dan yang lemah, yang kaya dan yang miskin (Salim, 1991).

Pengembangan ekonomi atau pertumbuhan ekonomi merupakan perubahan kondisi perekonomian suatu kelompok masyarakat secara berkesinambungan menuju keadaan yg lebih baik selama periode tertentu. Tujuan mendasar dari setiap

kemajuan ekonomi daerah adalah untuk memperluas jumlah dan jenis kesempatan kerja untuk masyarakat setempat itu sendiri. Dapat di simpulkan bahwa tujuan pembangunan ekonomi adalah usaha bersama dan terencana yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, baik dari perubahan terus-menerus kearah yang lebih baik dalam jangka waktu tertentu (Sueharto, 2010).

Pendapatan adalah asal penghasilan seorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari serta sangat krusial artinya bagi kelangsungan hidup serta penghidupan seseorang secara pribadi maupun tidak pribadi (Sari, 2018).

Pendapatan sangat berpengaruh untuk kelangsungan suatu bisnis atau usaha, semakin besar kemampuan suatu usaha untuk mendukung semua biaya pengeluaran serta pekerjaan yang harus diselesaikan. Status seseorang dapat diperkirakan dengan menggunakan gagasan pendapatan, yang menunjukkan jumlah total yang diperoleh seseorang atau keluarga dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan adalah total penerimaan seorang atau suatu rumah tangga periode eksklusif. Ekonomi klasik percaya bahwa pendapatan ditentukan oleh kemampuan factor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor-faktor produksi membentuk barang dan jasa, semakin besar juga pendapatan yang diciptakan (Yustiawati, 2014).

2.8.1 Indikator Peningkatan Ekonomi

Peningkatan ekonomi merupakan suatu proses peningkatan yang bersifat multidimensional, dalam mengetahui perkembangan pembangunan ekonomi membutuhkan suatu indikator untuk mengukur peningkatan tersebut. Indikator peningkatan sangat diperlukan dalam mengukur perkembangan ekonomi dalam suatu negara, indikator peningkatan memiliki manfaat penting dalam peningkatan ekonomi.

1. Pendapatan perkapita

Adalah besarnya rata-rata pendapatan penduduk suatu negara. Menurut (Todaro, 2003) Pendapatan perkapita merupakan ukuran kemajuan pembangunan, bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga pertumbuhan pendapatan menjadi tolak ukur kemajuan pembangunan. Kenaikan pendapatan perkapita menjadi suatu cerminan dari perbaikan dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat. Meningkatnya pendapatan perkapita masyarakat mendorong daya beli terhadap barang dan jasa, pendapatan perkapita diutamakan untuk memenuhi kebutuhan primer, sisanya untuk kebutuhan sekunder.

2. Pertumbuhan ekonomi

Merupakan gambaran yang nyata dari dampak kebijakan pembangunan ekonomi karena dapat mencapai berbagai bentuk macam sektor pertanian dan

juga mencerminkan lajupertumbuhan suatu daerah dari tahun ke tahun.

3. Indeks kualitas hidup

Kualitas hidup digunakan untuk mengevaluasi kesejahteraan umum individu dan masyarakat. Dalam berbagai bidang konteks, yaitu pembangunan internasional, kesehatan dan politik. Kualitas hidup berhubungan dengan kesehatan diartikan sebagai respon emosi dari dari penderita terhadap aktivitas sosial, emosional, pekerja dan hubungan antar keluarga, adanya rasa kepuasan dalam melakukan fungsi hidup, serta kemampuan mengadakan sosialisasi dengan orang lain.

4. Indeks kebahagiaan

Indeks kebahagiaan merupakan suatu komitmen membangun perekonomian negara. Ada empat pilar dari indeks kebahagiaan yaitu, pembangunan berkelanjutan,melestarikan dan mempromosikan nilai-nilai budaya lokal, konservasi lingkungan, dan membentuk tata kelola yang baik.

5. Indeks Pembangunan manusia

Pembangunan manusia merupakan salah satu indikator penting dalam pembangunan karena untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup. Pada dasarnya setiap manusia adalah

pemimpin dan hamba Allah, manusia senantiasa meningkatkan ilmu pengetahuan. Karena indeks pembangunan manusia adalah alat yang digunakan untuk mengukur perkembangan manusia, dalam mencapai tingkat kesejahteraan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup bahagia.

2.9 Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi umumnya diartikan sebagai perilaku orang yang mana menggunakan sumber daya yang langka untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia (P3EI, 2011).

Beberapa ahli mengartikan masalah ekonomi Islam sebagai perilaku manusia dengan tujuan akhir untuk mengatasi masalah dengan memenuhi kebutuhan di dalam struktur peraturan Islam. Definisi ini mengandung kekurangan karena mengarah pada ide-ide yang tidak pantas dan tidak umum. Karena definisi ini mendesak individu untuk terjebak dalam pilihan yang beranggapan sebelum mengetahui (*apriori*), seseorang harus tetap mengakui benar atau salah (Imamudin, 2006).

Definisi yang lebih lengkap harus memasukkan beberapa persyaratan, khususnya kualitas perspektif Islam. Syarat mendasar berarti mengingat nilai-nilai syariah untuk masalah keuangan. Masalah keuangan Islam adalah sosial, jelas tidak dapat dipisahkan dari kebajikan. Kualitas moral mengatur sudut

pandang dan harus diingat untuk pengambilan keputusan dalam kerangka hukum Islam.

1. Menurut Muhammad Abdul Manan (Mustafa, 2006) ekonomi Islam berbasis pada ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah sosial ekonomi yang dijiwai oleh nilai-nilai Islam.
2. Menurut M. Umer Chapra (Mustafa, 2006) berdasarkan Chapra ekonomi Islam berarti sejenis pengetahuan yang membantu mewujudkan kebahagiaan manusia dengan mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Sumber daya dalam hal ini mengacu pada ajaran Islam bukan menyampaikan kebebasan pribadi atau tidak ada perilaku skala besar, ekonomi yang wajar dan tidak ada kecanggungan alami
3. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi (Syed Nawab, 2009) masalah keuangan Islam adalah perilaku ekonomi Islam dalam masyarakat muslim saat ini.

Masalah ekonomi Islam adalah ilmu yang umumnya berfokus pada manfaat metodologi ilmiah. Dengan tujuan bahwa selama waktu yang dihabiskan perbaikan umumnya mempertimbangkan semua perspektif dan faktor dalam pemeriksaan keuangan. Masalah keuangan Islam dalam hal metodologi ilmiah sama dengan aspek keuangan luas yang mempersepsikan teknik kuantitatif dan subjektif. Meskipun demikian, berbeda halnya dalam kaitan dengan kerangka

keuangan Islam yang menyiratkan bahwa itu penting bagi kehidupan seorang Muslim. Kerangka keuangan Islam adalah kebutuhan yang tidak perlu dipertanyakan lagi dalam keberadaan seorang Muslim dengan tujuan akhir untuk melaksanakan pelajaran Islam dalam kegiatan ekonomi. Kerangka ekonomi Islam adalah salah satu bagian dari kerangka nilai Islam yang sangat diperlukan.

Berdasarkan gambaran di atas, disimpulkan bahwa masalah ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan pada akhirnya memecahkan masalah ekonomi secara Islami. Tujuan dari aspek ekonomi Islam adalah untuk memberikan keselarasan dalam kehidupan ini. Dengan alasan bahwa nilai Islam tidak hanya untuk kehidupan Muslim, tetapi juga untuk semua makhluk hidup di bumi ini. Inti dari struktur ekonomi Islam adalah untuk mengatasi masalah manusia dalam pandangan kualitas Islam untuk mencapai tujuan agama (*falah*). Ekonomi Islam sebagai rahmat untuk seluruh dunia yang tidak terbatas pada ekonomi, sosial, budaya, dan politik negara (Sukarno, 2013).

2.9.1 Kedudukan Perdagangan Dalam islam

Pasaran adalah suatu sistem pertukaran barang melalui kegiatan perdagangan atau jual beli antara penjual dan pembeli. Barang yang diperdagangkan itu dapat berbentuk bermacam- macam harta, benda atau jasa baik untuk

maksud penggunaan (konsumsi) atau untuk keperluan produksi. Banyak ahli ekonomi telah mengakui bahwa perdagangan adalah kegiatan yang sangat penting karena terdapatnya bermacam-macam keperluan hidup manusia, sedangkan banyak usaha produksi barang keperluan itu adalah dilakukan secara pengkhususan. Tegasnya perdagangan telah terjadi sejak dahulu sejak manusia hidup secara bermasyarakat dimana setiap individu dalam masyarakat itu saling memerlukan kepada yang lainnya dalam berbagai hal, khususnya dalam memenuhi kebutuhan hidup seperti makanan, pakaian, perumahan, kesehatan dan sebagainya. Oleh karena itu, perniagaan telah ditentukan oleh ulama Islam sebagai fardhu kifayah di mana ada sebagian anggota yang perlu menjalankannya. Dengan menjalankan perdagangan, para pedagang Islam bukan saja berusaha mendapatkan keuntungan, tetapi juga berusaha memenuhi kebutuhan hidup masyarakat demi kesempurnaan dalam menunaikan hukum Allah (Wahid, 2013).

Mana kala anjuran berniaga dapat dirujuk melalui sabda Rasulullah kepada para sahabatnya, Diantaranya sabda baginda dengan maksud sebagai berikut: Berniagalah karena sembilan per sepuluh dari rezeki terdapat di dalam perdagangan. Pada saat menjelaskan tentang anjuran untuk

bekerja termasuk usaha perniagaan mengutip Hadis Rasulullah:

Pernah Rasulullah S.A.W ditanya: wahai Rasulullah, pekerjaan apakah yang paling baik? Baginda menjawab: pekerjaan orang yang dengan tangannya sendiri dan semua jual beli yang mabrur (yaitu yang paling halal dan berkat).

Sesungguhnya dapat dikatakan bahwa melalui pasar dimaksud, kekuatan ekonomi umat Islam dapat digerakkan secara maksimal karena disinilah terjadi gabungan kerjasama antara golongan masyarakat baik sebagai produsen, pedagang, pembeli dan pengguna atau konsumen (sabiq, 1983).

2.9.2 Tindakan Pedagang Yang Dianjurkan

Menurut Wahid (2013), adapun tujuan menjadikan perdagangan sebagai suatu kegiatan yang membawa barakah, maka para pedagang dianjurkan melakukan beberapa tindakan yang dapat membantu pembeli ketika berurusan dengan mereka di pasaran. Diantaranya yaitu:

a. Memelihara Keutuhan Persaudaraan

Para pedagang adalah golongan yang sangat banyak melakukan aktivitas muamalat atau berinteraksi dengan golongan- golongan lain yang menjadi pembeli dalam pasaran. Dalam urusan perdagangan misalnya, para

pedagang sangat dianjurkan memperkuat tali persaudaraan baik dengan pembeli maupun antara sesama pedagang itu sendiri, karena Islam sangat mementingkan persaudaraan dan perasaan kasih sayang di kalangan sesama anggota dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam hubungan ini, perdagangan hendaklah dilakukan dengan harmonis, tawar-menawar, terdapat kemudahan, saling ridha dan menunaikan segala janji-janji masing-masing.

b. Berlaku Jujur dan Amanah

Islam berulang kali menganjurkan supaya pedagang wajib bersifat jujur dan amanah dalam melakukan aktivitas perdagangan, termasuklah dalam hal ukuran, sukatan, timbangan, menyatakan kecacatan barang jika ada dan sebagainya. Tingkah laku demikian sangat dianjurkan karena ia akan dapat menghindar dari penipuan dan penindasan terhadap para pembeli. Oleh karena itu, Allah telah memuji orang yang bersifat jujur dan mencaci terhadap tindakan para penipu.

c. Bertawakal Kepada Allah

Zikir berarti mengingat Allah dan berusaha mendekatkan diri kepadaNya. Berzikir juga dapat mengelakkan seseorang dari kelalaian untuk menunaikan ibadat khusus seperti sembanhyang dan

zakat lantaran dengan urusan perdagangan. Ringkasnya dengan berzikir seseorang pedagang Muslim tidak akan rugi, sebaliknya akan memperoleh keberuntungan dalam arti kata yang sebenarnya. Walaupun ia terpaksa meninggalkan urusan perniagaan untuk menunaikan shalat, apabila tiba waktunya, tetapi perdagangannya mendapat barakah. Hatinya tidak gelisah mengenai masalah dan kerugian, dan ia redha atas ketentuan Allah. Oleh karena itu berzikir juga mendorong seseorang untuk bertawakal setelah ia berusaha secara bersungguh-sungguh.

2.9.3 Tindakan Pedagang Yang Dilarang

Menurut Wahid (2013), Pedagang dianjurkan untuk melakukan tindakan yang terpuji seperti menjaga persaudaraan, amanah, jujur, berzikir dan bewakkal. Hal ini karena dalam perdagangan senantiasa dan aktivitas atau tindakan yang dapat merusak perjalanan dan kebajikan bagi masyarakat. Hanya pedagang yang mempunyai tingkah laku yang baik saja yang dapat menghindari hal-hal yang dilarang dalam Islam. Tindakan yang dilarang bagi seorang pedagang Muslim:

a. Menjual Barang yang Haram

Dalam Islam diharamkan berdagang seperti bangkai, darah, babi, binatang yang disembelih bukan

karena Allah, arak, dan barang-barang apa saja lainnya yang mengandung baha-bahan jenis ini, seperti patung, barang yang dapat menyelewengkan aqidah atau meruntuhkan akhlaq dan beberapa barang lainnya yang secara adat tidak dapat di perjualbelikan.

b. Menjual Barang Dengan Cara Menipu

Sesungguhnya seorang pedagang cenderung untuk menjual barang dagangannya demi mendapatkan keuntungan dengan berbagai cara yang mungkin dilakukan. Diantara cara-cara tersebut termasuklah berbagai upaya penipuan yang sangat dilarang oleh Islam. Bentuk penipuan pertama ialah mengurangi timbangan, sukatan dan ukuran. Beberapa ayat al-Quran dan hadits telah dikemukakan sebelum ini yang menunjukkan cacian dan celaan terhadap orang yang menipu dalam transaksi perdagangan dan cara-cara yang serupa selainya. Penipuan kedua ialah dengan menyembunyikan kecacatan barang dagangan dan Islam melarang perbuatan ini berdasarkan kepada hadis Nabi:

“Seorang muslim dengan muslim yang lainnya bersaudara, maka ia tidak boleh menjual barang yang cacat kepada saudaranya kecuali menerangkan kecacatan yang ada pada barang itu” (Hadis Riwayat Ibumajah).

c. Manipulasi Penawaran Barang untuk Mendapatkan Keuntungan Tinggi

Salah satu cara yang mungkin dan sering dilakukan oleh pedagang adalah mempengaruhi dan mengontrol penawaran sesuatu jenis barang yang diperdagangkan supaya selalumengalami kekurangan dipasaran untuk tujuan menaikkan harga seorang pedagang dapat berbuat demikian jika ia berhasil mengurangi jumlah pesaingnya didalam pasar, khususnya dalam perdagangan barang keperluan masyarakat seperti bahan makanan. Pembatasan penawaran barang ini sekurang-kurangnya dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, melalui penimbunan atau *ikhtikar* dimana para pedagang membeli barang dimaksud sebanyak mungkin pada saat harganya rendah sehingga barang itu berkurang atau kehabisan penawaran dalam pasaran. Kemudian pedagang tersebut akan menjual kembali barang tersebut dengan sedikit demi sedikit untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi dantentu mereka akan mendapatkan keuntungan yang maksimal, sedangkan konsumen terpaksa menanggung beban tambahan harga akibat dari tindakan para pedagang tersebut. Oleh karena itu, maka islam mengharamkan aktivitas penimbunan yang seperti ini sesuai hadis-hadis Rasulullah SAW yang disebutkan berikut ini:

“Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka Allah berlepas diri daripadanya” (H.R.Muslim).

d. Perdagangan yang Ribawi

Sering terjadi dalam suatu perdagangan bahwa harga tidak dapat dibayar secara tunai, tetapi sering dilakukan secara hutang, demikian juga sebaliknya bagi pembeli yang membeli barang secara hutang dan dibayar apabila mampu pada masa akan datang. Islam memang menganjurkan untuk saling menghargai dan menjaga keutuhan persaudaraan dalam aktivitas perdagangan. Oleh karena itu apabila terdapat pembeli yang miskin sedangkan ia sangat memerlukan barang keperluan hidup, maka pedagang dianjurkan menjual barang tersebut walaupun secara hutang. Namun begitu Islam sangat menentang praktek riba, yaitu pemberi hutang mengenakan tambahan kepada si berhutang jumlah pembayaran tambahan disebabkan perpanjangan waktu pembayaran hutang yang demikian dinamakan *riba al-nasihah* yang jelas diharamkan dalam Islam.

2. 10 Penelitian Terkait

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Ahmad Musthafa 2016	Potensi Pasar Traadisional Simabur Bagi masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pasar Tradisional Simabur memiliki potensi bagi masyarakat Nagari Simabur Kecamatan Pariangan kabupaten Tanah Datar. Dengan adanya lapangan pekerjaan di Pasar Tradisional Simabur, maka tingkat pengangguran berkurang.
2	Indah Superti 2017	Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan di

		<p>Tradisional Guna meningkatkan Pendapatan Pedagang kecil pada Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung Lampung tengah)</p>	<p>Pasar Tradisional Simpang Agung, belum menunjukkan pengelolaan yang baik. Hal ini tercermin dari penyediaan sarana dan prasarana pelaku usaha yang belum menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen dan pembeli.</p>
3	<p>Ummu Sholihah 2016</p>	<p>Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi kasus pada Pasar Kliwon Karanglewas, Bayunas Jawa tengah)</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Yogyakarta telah mengeluarkan dan Menerapkan serangkaian kebijakan pengelolaan serta pengembangan Pasar Tradisional</p>

			untuk menghadapi gempuran pasar modern
4	Andi Sultan 2018	Revitalisasi Pasar Tradisional sebagai Upaya meningkatkan Kualitas hidup masyarakat di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar Provinsi Sulawesi Selatan	Hasil penelitian menunjukkan program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kecamatan Pasimarannu mendapat apresiasi yang relatif tinggi dari masyarakat, berdampak pada usaha masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan.
5	Indrawan yunus (2016)	Analisis Potensi Pasar Tradisional Pengelolaan Pada Pasar Surya Surabaya (Cabang Utara) Dalam Mendukung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas berbelanja di pasar tradisional dan toko/warung dengan mempertimbangkan utama faktort harga

		Program Revitalisasi	relative terjangkau, mengenai revitalisasi perlu adanya perbaikan pasar tradisional dalam hal kebersihan, penataan stand yang rapi, sarana dan prasarana yang menunjang agar dapat menarik minat konsumen berbelanja di pasar tradisional.
6	M. Ilhamsyah Eddy (2017)	Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kesejahteraan pelaku Usaha (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Amigo Pasar Sentral Medan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pasar tradisional pada pelaku usaha sepatu di sentral menjadikan pelaku usaha tersebut sejahtera, dengan aktifitas usaha yang dilakukan dari pukul 5 pagi hingga pukul 6 sore dengan

			<p>persediaan produk yang diperoleh dari pemasok dengan proses jual beli secara langsung kepada konsumen dan pesanan pelanggan tetap.</p>
7	<p>Iqom Mukhiqom (2014)</p>	<p>Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Terhadap Implementasi Pasar Tradisional Syari'ah Az-Zaitun 1 Surabaya Perspektif Ekonomi Islam)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi prinsip-prinsip syariah sebagian besar telah terealisasi dengan baik, namun lembaga hisbah yang secara khusus bertugas untuk mengawasi langsung implementasi prinsip syariah belum terbentuk, sehingga hal tersebut berdampak pada kurang optimalnya</p>

			implementasi prinsip-prinsip syariah di pasar tersebut.
8	Nurhadi (2019)	Analisis Konsep Etika Bisnis Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Selama Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan, amanah, halal, tidak memaksa dan ikhtikar, maka hal ini sudah sesuai dengan etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut Ekonomi syariah, namun poin pada jujur dan riba masih terdapat tindakan kecurangan yang tidak sesuai, maka disimpulkan etika bisnis dalam transaksi jula beli di pasar tradisional tersebut secara belum

			diterapkan dengan baik oleh pedagang.
9	Irvan Setiawan (2020)	Analisis Potensi Pasat Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang (Studi Di Pasar Gayam, Sidomulyo, Kebonagung, Pacitan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengelolaan potensi pasar Gayam dikelola bersama dengan desa, karena pasar merupakan asset dari desa, dampak pengelolaan potensi pasar terhadap peningkatan ekonomi sangat berpengaruh bagi masyarakat karena produk yang menjadi keunggulan di pasar Gayam selalu diperhatikan oleh pengurus pasar.
10	Nia Prasetyan ingsih (2019)	Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pasar wringin antara lain sumber

		<p>Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Waringin Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap)</p>	<p>daya alam yang berupa sawah, lahan kosong, pertanian, peternakan, perikanan, sektor kuliner dan pantai indah Widarapayuh, dengan memaksimalkan potensi yang ada maka dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dan mewujudkan kemandirian baik individu maupun masyarakat.</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.11 Kerangka Berpikir

Sesuai dengan manfaat dari tujuan serta kajian-kajian dari teori yang sudah dibahas, maka dapat digambarkan kerangka berfikir Analisis Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar). Kerangka pemikiran yang dapat disusun secara teoritis adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Potensi pasar adalah pernyataan penawaran paling maksimum untuk barang atau layanan tertentu dalam rentang waktu tertentu. Memperkirakan potensi pasar melibatkan permintaan produk saat ini serta memprediksi pasar dimasa yang akan datang. Potensi pasar dapat dianalisis melalui lapangan pekerjaan, harga dan juga letak pasar yang strategis. Potensi pasar Lambaro mempengaruhi ekonomi pedagang karena dapat menentukan langkah strategis untuk meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan bagi pedagang dilihat dari manfaat secara ekonomi dan Islam.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dengan penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan ilmiah untuk mengungkap situasi sosial tertentu dengan menggambarkan secara akurat realita yang terbentuk secara lisan berdasarkan teknik menganalisis data relevan yang diperoleh dari situasi-situasi alamiah. Dimana peneliti adalah instrumen kuncinya. Mengingat rumusan masalah teknik yang digunakan adalah ekplanatory (*explanatory*). Metode ini merupakan yang diarahkan pada populasi besar dan kecil, tetapi informasi yang dimaksudkan adalah informasi dari sampel yang diambil dari populasi, sehingga ditemukan kejadian yang relatif, distribusi dan hubungan antar faktor. Dalam penelitian ini, peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk menggali data dan mengetahui potensi pasar tradisional di pasar Lambaro menggunakan teknik observasi, wawancara dan metode pengumpulan data lainnya, serta tujuan dan arah penelitian adalah deskriptif berupa rangkaian kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau objek yang diamati.

Sebagai tambahan menurut sujarweni (2020), tujuan utama dalam penelitian kualitatif yaitu agar dapat memahami kejadian atau gejala sosial melalui upaya memberikan penjelasan seperti gambaran terkait fenomena sosial yang berbentuk rangkaian kata

sehingga menghasilkan sebuah teori terkait potensi pasar tradisional dalam peningkatan ekonomi masyarakat di pasar Lambaro Aceh Besar.

3. 2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian tersebut dilakukan dan elemen penting dalam penelitian maka objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitiannya. Adapun lokasi penelitian ini ialah di di Pasar Lambaro Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar. Karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis melakukan penelitian.

3. 3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian akan diangkat merupakan data primer dan data sekunder serta melakukan pendekatan pakar berdasarkan key informan. Peneliti akan melakukan wawancara berdasarkan data dari key informan. Adapun menurut Farida (2014):

1. Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya nara sumber atau informan dalam proses wawancara untuk memberikan informasi langsung, jelas dan rinci tentang topik yang

dibahas. Pada penelitian ini bersumber dari data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari kepala dan staff pasar dan pedagang serta pengunjung pasar Lambaro Aceh Besar melalui wawancara secara mendalam.

2. Sedangkan sumber dan data sekunder adalah sumber data pelengkap dari data primer yang tidak diperoleh langsung dari lapangan yakni sumber yang dibuat oleh orang lain, misalnya buku, dokumen, foto dan statistic atau hasil studi sebelumnya. Serta referensi lain yang relavan dengan penelitian dalam skripsi ini.

3. 4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif dikenal dengan namanya informan. Informan adalah orang yang memberikan informasi dengan kata lain dapat dikatakan sebagai responden. Informan atau subjek adalah seseorang yang dipilih untuk diwawancarai sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2015).

Informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian ini dilakukan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), informan adalah pihak atau orang yang memberi informasi yang menjadi sumber data dalam

penelitian. Seseorang informan harus memiliki pengetahuan mengenai latar belakang dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adapun penelitian ini informannya terdiri dari

Tabel 3.1
Daftar Informan
Pada Pasar Tradisional Lambaro

No	Keterangan	Jumlah
1	Kepala pasar Lambaro	1 Orang
2	Staff pasar Lambaro	1 Orang
3	Pedagang	14 Orang
4	Pengunjung	4 Orang
Total		20 Orang

Sumber: Data diolah (2022)

3.4.2 Objek Penelitian

Objek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benda, orang atau sesuatu yang dijadikan sebagai bahan pembicaraan. Fokus suatu penelitian menurut ungkapan lain adalah objek penelitian. Jika kita memikirkan objek penelitian, objek ini akan dikembangkan dan dianalisis oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang sejalan dengan objek penelitian. Adapun objek dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi pasar tradisional dalam peningkatan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi Islam. Objek penelitian ini mencatat dan mengumpulkan informasi.

Pasar yang peneliti maksud adalah meliputi pedagang seperti pedagang sembako, pakaian, ikan, sayuran dan buah-buahan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi, adalah mengamati, mencari data dari beberapa fakta mengenai hal yang ada hubungan dengan permasalahan. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung kelapangan untuk mengetahui secara umum mengenai potensi pasar tradisional di pasar lambaro kecamatan ingin jaya.
2. Metode wawancara adalah mengadakan komunikasi langsung dengan sampel yang akan diteliti sehingga dapat memperoleh informasi data yang dibutuhkan berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari pihak yang dianggap mampu dalam memberikan keterangan atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
3. Metode dokumentasi adalah perlengkapan dari penggunaan metode observasi serta wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiono, 2016: 240). Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari pemilik atau pengurus dan pengelola dari tempat yang akan diteliti.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan oleh seorang peneliti dalam proses pengumpulan data agar mudah memperoleh data dan menghasilkan hasilnya lebih baik, cermat, sistematis dan mudah diolah.

Tabel 3.2
Pengukuran Potensi

No	Indikator	Alat Ukur
1	Lapangan Pekerjaan	- Bagaimana proses penyediaan lapangan pekerjaan untuk meningkatkan perekonomian para pekerja
2	Harga	- Bagaimana dalam menentukan harga bahan dalam proses peningkatan ekonomi
3	Lokasi Strategis	- Bagaimana tanggapan pihak masyarakat terhadap letak lokasi pemasaran

Tabel 3.3
Pengukuran Peningkatan Ekonomi

No	Indikator	Alat Ukur
1	Pendapatan Perkapita	- Bagaimana pengaruh daya saing beli masyarakat terhadap kebutuhan sehari-hari
2	Pertumbuhan Ekonomi	- Bagaimana pengaruh mekanisme dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat
3	Kualitas Hidup	- Apa saja pengaruh dalam mengevaluasi kesejahteraan masyarakat
4	Indeks Kebahagiaan	- Bagaimana pengaruh dampak pembangunan berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat
5	Indeks Pembangunan Manusia	- Bagaimana cara untuk mengukur keberhasilan pembangunan manusia

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Lambaro merupakan salah satu bidang usaha adat yang terletak di Daerah Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh di jalan Medan – Banda Aceh. Pasar ini mulai ramai pada tahun 1972, namun pada saat itu masih terlihat sangat sederhana, bangunan pasar tidak ber dinding serta para pedagang yang berjualan hanya membuka tempat-tempat biasa. Pada saat itu orang yang berbelanja di pasar Lambaro hanyalah orang-orang yang bertempat tinggal di sekitar pasar, sebelum ditetapkan sebagai ibu kota kecamatan pada tahun 1986 berubah menjadi kecamatan Ingin Jaya. Gerakan perdagangan tidak sibuk seperti yang terlihat saat ini (Nabila, Husaini, & Abidin, 2017).

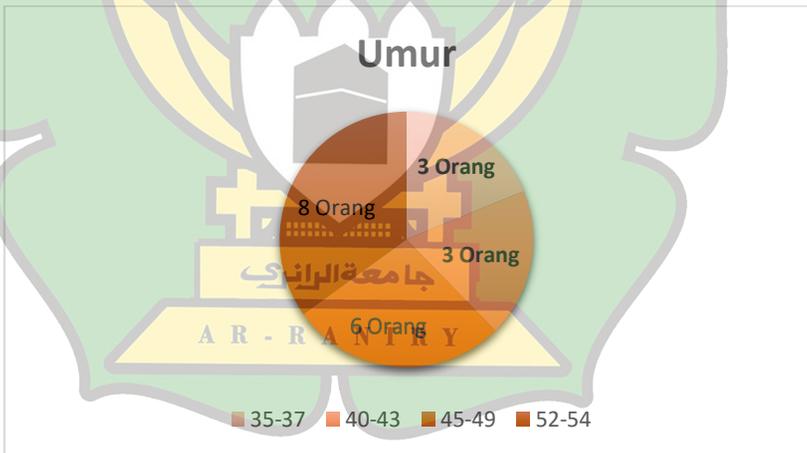
Pasar ini dimulai 1986, pada tahun 2007 kemajuan dibuat dalam pengembangan sarana dan prasarana serta merombak beberapa sarana yang ada di pasar. Pembenahan pasar ini dilakukan dengan mensubsidi sumber bantuan penghargaan dari otoritas publik dan kelompok masyarakat Jepang melalui Japan Internasional Cooperation System (JICS). Ini penting untuk membangun dan merehabilitasi kembali pondasi perdagangan di Aceh setelah bencana gempa dan tsunami 26 Desember 2004 lalu.

Pasar lambaro mulai beroperasi setiap hari dari hari subuh hingga sore hari, di pasar ini kita dapat mengamati berbagai hal

kebutuhan keluarga serta biaya yang ditawarkan di pasar masih relatif lebih murah dari pada sektor bisnis lainnya saat ini seperti pasar modern. Harga yang ditawarkan cukup murah karena para pedagang menawarkan produk yang dibeli langsung dari penyedia dan kemudian ditawarkan kembali kepada pembeli yang ada di pasar. Untuk itu Pasar Lambaro merupakan pasar tradisional yang menjadi pertimbangan masyarakat kota untuk mengunjungi tempat ini.

4.2 Deskriptif Informan

Gambar 4.1
Umur Rata-rata Pedagang Pasar Tradisional Lambaro



Sumber: Data diolah (2022)

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa pengelompokan kategori umur antara 35-37 tahun berjumlah 3 orang, 40-43

tahun berjumlah 3 orang, 45-49 tahun berjumlah 6 orang dan yang berumur 52-54 berjumlah 8 orang.

Tabel 4.1
Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	
Laki-laki	Perempuan
12	8

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah informan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang, sedangkan perempuan sebanyak 6 orang.

4.3 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada kepala dan staff pasar Lambaro, pedagang dan pengunjung di pasar tradisional Lambaro. Pertanyaan yang penulis ajukan kepada kepala, staff, pedagang dan pengunjung di pasar lambaro terkait dengan potensi pasar tradisional Lambaro dalam peningkatan ekonomi masyarakat.

4.3.1 Potensi Pasar Tradisional

Pasar Lambaro merupakan pasar yang diberi nama pasar tradisional sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun. 2012, bagian II pasal 4. Berdasarkan wawancara dan pengamatan tersebut, pasar tradisional

Lambaro mungkin dapat lebih mengembangkan perekonomian daerah setempat, berikut potensi pasar Lambaro adalah:

1) Lapangan Pekerjaan

Masyarakat desa Lambaro dan disekitarnya merasakan peluang lapangan pekerjaan dengan adanya pasar Lambaro. Dengan adanya lapangan pekerjaan, masyarakat mempunyai lapangan kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.

Sebagaimana yang dijelaskan Sensus Penduduk Tahun 2000, lapangan pekerjaan dapat diartikan sebagai ketersediaan kerja atau pekerjaan yang bisa diisi oleh tenaga kerja dan juga lapangan pekerjaan adalah suatu bidang mengenai kegiatan usaha ataupun perusahaan atau pun instansi yang bisa ditempati seseorang bekerja atau pernah di tempati bekerja.

Menurut Bapak Dahri, salah seorang pedagang sayur di di pasar Lambaro menyatakan bahwa:

“(Saya sudah berdagang 10 tahun di pasar ini, dengan adanya pasar ini membuat saya bisa mempunyai pekerjaan, yaitu menjual sayur di sini)”

Sehingga dengan adanya pasar ini memberi peluang kepada pedagang untuk mendapatkan penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan kehidupannya.

Selanjutnya menurut Bapak Ali, yang juga merupakan pedagang di pasar Lambaro, mengatakan bahwa:

“(Dengan adanya pasar ini, saya dapat menjual sayuran yang sudah saya tanam dan saya panen sendiri, dengan begitu dapat membantu peningkatan ekonomi keluarga saya)”

Keberadaan pasar subuh juga memberikan kelancaran stok sayur- sayuran bagi para pedagang *muge*.

Adapun Pembeli di pasar ini dominan pedagang yang berjualan lagi di tempat lainnya (*muge*), sehingga memberikan peluang bagi mereka untuk mempunyai pekerjaan dengan berjualan sayuran-sayuran yang mereka beli di pasar Lambaro.

“(menurut Bapak Aiyub, Saya memilih berbelanja di pasar ini karena harga yang murah dikarenakan para pedagang menjual hasil panennya sendiri, dengan begitu saya mempunyai peluang untuk menjual lagi dalam bentuk eceran, sehingga saya mempunyai pendapatan untuk kebutuhan rumah tangga saya)”

Sehingga, pedagang dan pembeli sama-sama memberikan dampak yang baik bagi pendapatan mereka, dikarenakan waktu mereka berdagang hanya pagi saja maka mereka mempunyai peluang untuk bekerja mencari nafkah di pekerjaan yang lain lagi.

Moeliono (1988) menyatakan bahwa pengertian peningkatan adalah sebuah cara yang dilakukan untuk

mendapatkan ketrampilan atau kemampuan menjadi baik. Sehingga peningkatan perekonomian merupakan cara yang dilakukan masyarakat guna mengatur perekonomian yang lebih baik, yang mana keadaan ekonomi masyarakat sebelumnya masih rendah bahkan dikatakan tidak cukup sehingga dengan peningkatan tersebut mampu memenuhi kehidupannya bahkan mendapatkan penghasilan yang lebih dari cukup.

Selain itu, pasar Lambaro ini juga memberikan dampak yang baik terhadap pedagang-pedagang yang berjualan di sekitaran pasar, serta memberikan dampak yang positif terhadap warung kopi dan kios-kios kecil yang terdapat di sekitaran pasar tersebut. Akibatnya perekonomian masyarakat di seputaran pun ikut bertumbuh.

Pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitar wilayah pasar Lambaro telah menaikkan taraf kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti aman, sentosa, atau dapat diartikan sebagai kata/ungkapan yang menunjukkan kepada keadaan yang baik, atau suatu kondisi dimana orang-orang yang terlibat didalamnya berada dalam keadaan yang sehat, damai dan makmur. Kesejahteraan masyarakat juga dapat didefinisikan yaitu suatu kondisi yang memperlihatkan suatu kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar

kehidupan, Dengan kata lain, kesejahteraan adalah kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan sandang, pangan dan papan, serta memiliki pekerjaan.

Dengan adanya lapangan pekerjaan di pasar ini memberikan dampak yang baik dalam memberikan peningkatan ekonomi bagi pedagang yang berjualan di pasar Lambaro.

“Menurut Bapak Mahdi, Setelah saya berdagang disini pendapatan saya Alhamdulillah sudah meningkat, sehingga kebutuhan keluarga saya tercukupi serta saya bisa membiayai pendidikan anak saya”

Ekonomi Islam tidak hanya sekedar berorientasi untuk pembangunan fisik material dari individu, masyarakat dan negara saja, tetapi juga memperhatikan pembangunan aspek aspek lain yang juga merupakan elemen penting bagi kehidupan yang sejahtera dan bahagia. Begitulah Al-qur'an secara sempurna mendefinisikan tentang kesejahteraan, kesejahteraan dimulai dari kesejahteraan individu-individu yang mempunyai tauhid yang kuat kemudian tercukupi kebutuhan dasarnya dan tidak berlebih-lebihan sehingga suasana menjadi aman, nyaman, dan tentram.

2) Harga Barang Lebih Murah

Peminat pasar ini sangat besar, terutama pada akhir minggu. Pasar Lambaro adalah pasar yang lebih rendah atau murah dari pasar pada umumnya. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor ialah:

- a. Tidak ada intervensi harga dari pihak manapun kecuali ada kekacauan harga
- b. Biaya pembuatan (produksi) rendah
- c. Dan biaya pajak yang rendah

Dasar pemikiran pembeli khususnya ibu rumah tangga memilih membeli produk untuk kebutuhan hidup sehari-hari ialah karena biaya. Biaya lebih rendah akan lebih menarik karena akan mengurangi biaya pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari, dan mengalihkan ke berbagai kebutuhan lainnya.

Islam memiliki pertimbangan yang luar biasa mengenai pasar, pasar merupakan instrumen utama untuk membangun perekonomian individu. Rasulullah SAW adalah seorang pedagang dan mulai berdagang pada usia tujuh tahun ketika diajak oleh pamannya Abi Thalib untuk berdagang di negeri Syam. Nabi sangat menentang penetapan biaya, selama kenaikan atau penurunan biaya yang terjadi di pasar dipengaruhi oleh kekuatan pasar permintaan dan penawaran pasar, dan bukan monopoli atau faktor penipuan lainnya.

Pada mekanisme pasar syariah pembentukan harga ditentukan oleh penawaran serta permintaan pasar dan

transaksi antara pedagang dan pembeli didasarkan pada factor-faktor yang telah disepakati. Dalam pasar yang adil, tidak diperbolehkan adanya intervensi harga dari pihak manapun.

“(Menurut Ibu Safitri, kalau pakaian itu harganya menetap sendiri, sesuai dengan kondisi harga yang dibeli. Bisa naik ataupun turun, kalau lagi musim naik ya kami naikkan harganya, kalau musimnya turun kami turunkan harganya)”

Sesuai dengan pernyataan sebelumnya, bapak Ismail sudah lama berjualan ikan selama tujuh tahun mengatakann:

“(Menurut saya ini tergantung dari kondisi ikan, kalau ikannya banyak harganya murah, kalau ikanya sedikit harganya mahal)”

Rasulullah SAW secara tegas menentang penetapan harga, biaya adalah hal yang dapat berjalan sebagaimana mestinya, pemerintah tidak boleh melakukan intervensi kecuali jika dalam keadaan darurat, seperti penyimpanan produk, monopoli, dan lainnya. Jika ini terjadi, pemerintah dapat mengintervensi harga yang ada di pasar.

Dengan mendapatkan langsung dari penyedia dengan biaya lebih rendah dan tanpa biaya transportasi, biaya di pasar ini seringkali akan lebih murah. Selain murah, ada juga tawar-menawar sebagai salah satu bagian dari pasar Lambaro tradisional.

“(Menurut Bapak Syukur, untuk biaya keamanan saya harus membayar Rp. 60.000 perbulan. Dan untuk kebersihan Rp. 7.000. Saya tidak merasa berat karena biaya ini untuk kepentingan pembangunan pasar dan biaya kebersihan pasar setiap hari)”

Hal ini jelas mempengaruhi biaya yang dibebankan oleh pedagang, dengan alasan bahwa semakin rendah biaya modal maka semakin rendah biaya yang harus ditanggung pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah, unsur-unsur yang mempengaruhi tingkat bunga dan hasilnya pada biaya, termasuk biaya tambahan yang dibebankan kepada pedagang seperti sewa, dan lain sebagainya. Untuk komoditi yang sama, pedagang dengan banyak tanggungan dikenakan biaya yang sangat tinggi dibandingkan dengan pedagang yang tidak menanggung biaya sewa tempat.

3) Lebih Banyak Produk Yang Dijual

Pasar Lambaro merupakan pasar tradisional yang menjual kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang baik. Barang-barang yang dijual pasar ini ialah: minyak goreng, telur, kacang, tomat, bawang putih/merah, tahu, tempe, beras, gula, cabai merah/hujau, minuman (kemasan, kaleng, botol), makanan ringan, mie kemasan/instan, pembersih, saus, penyedap rasa, pakaian pria, pakaian wanita, celana, rok, jilbab, sepatu, sandal, berbagai hiasan, berbagai sayuran dan buah-buahan, ikan laut, ikan air tawar, ikan kering,

daging ayam, daging sapi, aneka pecah belah, peralatan rumah dari plastik dan lain sebagainya.

Bermacam-macam barang yang ditawarkan akan memperkuat daya tarik. Tuntutan Islam hanya menuntut barang dagangan yang berkualitas baik serta halal, tidak ada permintaan produk bertujuan kemubaziran serta kemewahan. Hal tersebut sesuai dengan minat pasar Lambaro yang sering membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari. Para pedagang di pasar ini menjual barang-barang yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar daerah setempat dengan fokus pada lingkungan serta sumber daya alam. Sayuran segar serta buah segar, ikan, udang, daging segar adalah beberapa alasan orang memilih berbelanja di pasar ini.

“(Menurut Ibu Laila, saya memilih berbelanja di pasar Lambaro ini karena produk yang dijual beragam dan bisa dipilih. Biasanya saya membeli buah dan sayuran karna masih segar, begitu juga dengan ikannya)”

Banyaknya pedagang dengan berbagai jenis barang yang ditawarkan membuat pasar Lambaro semakin ramai pembelinya. Produk yang beragam merupakan salah satu pasar yang potensial.

4) Waktu dan Tempat Strategis

Pasar tradisional Lambaro terletak di Desa Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang menawarkan berbagai

barang kebutuhan rumah tangga seperti sayur-sayuran, buah-buahan, rempah, ayam, ikan dan lainnya. Selain letaknya yang sangat strategis, juga dapat diakses oleh masyarakat yang tinggal di Aceh Besar dan sekitarnya. Pasar ini beroperasi setiap hari dari subuh hingga sore hari, dari subuh hingga pukul sepuluh merupakan nilai tambah pasar Lambaro karena pembeli di pasar ini biasanya ibu rumah tangga yang sering berbelanja ke pasar sebelum memulai aktifitas untuk mempersiapkan kebutuhan sehari-hari.

“(Menurut Ibu Susi, saya suka berbelanja di pasar lambaro ini karna lebih cepat bukanya jadi saya bisa berbelanja dengan cepat untuk menyiapkan sarapan pagi atau untuk di simpan di dalam kulkas sebelum saya berangkat kerja)”

Dengan dibukanya lebih pagi, membuka peluang untuk menarik lebih banyak pembeli dari pasar lain.

5) Faktor Pendukung Lainnya

Pasar ini mungkin dapat mengalahkan keberadaan pasar lain di sekitarnya. Pertimbangan pemerintah daerah menjadi salah satu factor pendukungnya. Pemerintah daerah berfokus mengatur pasar ini dengan melaksanakan kewajibannya sebagai pendirian hisbah tidak langsung, antara lain:

- a. Memantau harga pasar
- b. Mencegah penipuan pasar seperti penipuan penimbangan dan pengukuran

- c. Cegah tawaran produk yang merugikan, seperti halnya aktivitas yang merusak kepercayaan diri atau moral

Kemajuan pasar Lambaro juga semakin mengembangkan infrastruktur, misalnya memberikan tempat parkir yang memuaskan. Pengembangan ini diharapkan untuk memiliki berbagai informasi dan pendataan pedagang yang jelas, sehingga lebih mudah bagi pemerintah untuk memberikan dukungan atau bantuan.

Rencana peningkatan ini telah diterima dengan baik oleh pedagang, termasuk pedagang kecil. Pedagang yang tidak mampu menanggung biaya kios akan diberikan area atau hamparan yang terkoordinasi serta terukur.

“(Menurut Ibu Fajrina selaku staff pasar Lambaro, tetap ada lokasi untuk pedagang kecil di samping kios atau los. Karena banyaknya jumlah pedagang yang ada disini, jumlah kios tidak cukup untuk menampung semuanya. Akan tetapi disediakan hamparan yang sudah di atur letak dan ukurannya bersampingan dengan kios-kios tersebut)”

Pedagang kecil yang tidak mampu membeli kios, diperbolehkan mengisi area atau hamparan yang telah disediakan.

“(Menurut Ibu Dewi, saya menggunakan hamparan untuk saya berjualan, kalau harus sewa kios lagi saya tidak mampu)”

Penyediaan hamparan ini memungkinkan pedagang kecil untuk membuka area perdagangan dengan mudah. Hal

ini merupakan bentuk kepedulian terhadap kepentingan masyarakat, dengan tujuan untuk lebih meningkatkan perekonomian masyarakat menjadi lebih baik lagi.

Perkembangan pasar tradisional Lambaro diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perekonomian pedagang, namu tidak menghilangkan unsur-unsur tradisional seperti keramahan, murah, serta lengkap dan juga tempat berinteraksi dengan masyarakat.

4.3.2 Strategi Meningkatkan Potensi Pedagang

Banyaknya barang yang beredar di pasar tradisional Lambaro membuat situasi ekonomi terkendala oleh komponen yang paling mendasar yaitu harga. Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Lambaro dalam memaksimalkan barang yaitu:

1. Mengawasi Kualitas Produk Dagangan (Kebersihan)

Islam menunjukkan kerapian dalam segala aspek di kehidupan termasuk dalam perdagangan, produk yang sempurna ialah produk yang baik dan halal (bersih dan sehat). Suatu produk disebut halal mengacu pada kriteria syariat Islam, seperti halal zatnya, halal cara memperolehnya, dan halal cara pengolahannya. Proses produk halal yang mencakup rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk seperti penyediaan barang, pengelolaan, penyimpana, pengemasan, serta penjualan.

“(Menurut Ibu Linda, lebih baik belanja di pasar Lamabro karena barang yang dijual masih segar-segar beda dengan yang ada di supermarket sudah banyak yang tinggal lama dan diberikan pengawet supaya enak dipandang)”

2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Pengembangan kualitas pelayanan lebih lanjut dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan lebih sopan, ramah serta memberikan penghargaan kepada pelanggann lama.

“(Menurut Ibu Wati, menawarkan atau meberikan saran yang lebih baik kepada pelanggan serta pelayanan yang baik, agar pelanggan tetap bertahan berbelanja di tempat kita dibandingkan tempat yang lain)”

3. Menerapkan Prinsip Kejujuran (alat timbang)

Pedagang di pasar Lambaro menerapkan atau mempraktikkan kejujuran dalam mengukur, memperkirakan, serta memastikan timbangan. Proses ini dilakukan secara langsung serta dilihat oleh pembeli sehingga membuat pembeli percaya kepada pedagang. Beberapa pedagang di pasar Lambaro suka melebihkan timbangan untuk menjaga kepercayaan pelanggan mereka.

Dalam berbisnis kepercayaan sangatlah penting, Rasulullah saw secara langsung memberikan informasi yang jelas tentang produk atau barang yang dijual tanpa menyembunyikan aib yang ada. Dengan memberikan informasi yang jelas dan mendapatkan kepercayaan pelanggan, maka bisnis akan tumbuh atau berkembang serta

dengan tidak adanya kepercayaan pelanggan maka bisnis tersebut akan hancur.

“(Menurut Bapak Abdullah, kami tidak berani curang dalam menimbang barang dagangannya pelanggan karena kalau ketahuan pelanggan tidak mau lagi berbelanja di tempat kami dan tidak akan percaya lagi dan lebih memilih berbelanja di tempat yang lain)”

4.3.3 Implementasi Ekonomi syariah Terhadap Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Lambaro

1. Produk Halal

Barang merupakan alat penting dalam kegiatan perdagangan, dan produk yang beredar di pasaran merupakan alat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Jenis-jenis usaha dan produk di pasar tradisional Lambaro adalah:

Tabel 4.2
Jenis Usaha dan Produk Yang Dijual Di Pasar Tradisional Lambaro

No	Jenis Usaha	Produk
1	Sembako	Minyak goreng, telur, kacang, tomat, bawang putih/merah, tahu, tempe, beras, gula, cabai merah/hujau, minuman (kemasan, kaleng, botol), makanan ringan, kecap, penyedap rasa, mie kemasan/instan, saus, detergen

2	Pakaian dan perlengkapan lainnya	Pakaian pria dan wanita, celana, rok, jilbab, sepatu, sandal dan aneka hiasan lainnya,
3	Peralatan Rumah tangga	Aneka pecah belah, aneka peralatan rumah dari plastik dan lain sebagainya.
4	Sayuran dan buah	Aneka sayuran dan buah-buahan segar
5	Ikan dan daging	Daging sapi, daging ayam, berbagai macam ikan air tawar, ikan laut, dan ikan kering

Sumber: Staff Pasar Tradisional Lambaro

Dari hasil pengamatan bahwa tujuan peneliti adalah jenis produk yang ada di pasar tradisional lambaro, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

Produk yang dijual oleh pedagang di pasar adalah produk yang sah menurut aturan Islam. Selain zatnya, Islam diinstruksikan untuk fokus pada cara yang terbaik untuk mendapatkan produk, produk yang halal bisa menjadi haram jika metode mendapatkan serta memproduksinya tidak sesuai dengan ajaran agama. Misalnya, produk curian, hewan yang disembelih dengan cara yang tidak benar dan lain sebagainya.

2. Kepercayaan

Kepercayaan sangat penting dalam bisnis. Rasulullah SAW secara konsisten memberikan informasi yang jelas tentang barang yang dijual tanpa menutupi aib barang tersebut. Jika sudah mendapatkan kepercayaan dari pembeli, bisnis akan berkembang secara berbedan dan tanpa kepercayaan pembeli bisnis akan hancur.

3. Menghindari Riba dan Gharar (ketidak jelasan)

Menurut Mukhiqom (2014) unsur Gharar dapat terjadi dalam empat hal ialah:

1. Kualitas yaitu ketidak jelasan yang timbul pada saat penjualan tanaman dan buah-buahan yang hasilnya masih belum jelas, seperti jual beli ijon (sistem tebas)
2. Kualitas yaitu ketidak jelasan dalam penjualan hewan yang masih dalam kandungan
3. Ketidak jelasan harga, yaitu harga barang
4. Waktu penyerahan yaitu ketidak jelasan yang terjadi pada si "A" pada saat menjual barang yang tidak diketahui lokasinya atau barang yang dijual masih dalam proses pencarian (hilang) ke pada si "B" serta di setujui, maka barang tersebut akan diserahkan jika sudah ditemukan. Penyebab dari terjadinya *gharar*

adalah kedua belah pihak tidak mengetahui kapan barang tersebut diterima.

Upaya untuk melaksanakan transaksi dan menghindari terjadinya ketidakjelasan (*gharar*) di pasar Lambaro dari informasi barang dagangan adalah:

1. Memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang barang yang diperdagangkan tanpa menyembunyikan barang yang cacat
2. Memberikan jaminan kepada pelanggan tetap atau umum, jika tidak puas dengan barang atau menemukan barang yang cacat maka dapat dikembalikan atau ditukarkan dengan yang baru. Ini bertujuan agar pembeli tidak dirugikan, selain itu garansi merupakan salah satu bentuk upaya untuk memuaskan para pembeli
3. Mengontrol barang dagangan untuk memastikan barang tersebut layak untuk diperjual belikan.

Pedagang pasar Lambaro berupaya untuk tetap menerapkan kebijakan bebas riba pada semua jenis transaksi yang dilakukan. Salah satu upaya adalah memberikan jangka waktu untuk melunasi cicilan tanpa menambah harga pokok barang, sehingga pembeli benar-benar mengikuti biaya pokoknya. Selain

itu juga menetapkan harga dasar sesuai dengan batas wajar dan tidak mengambil keuntungan untuk menekan atau menzalimi pembeli.

4. Tindakan Pedagang yang Dianjurkan

- a. Kejujuran adalah prinsip yang sangat ditekankan dalam Islam, dan kejujuran dalam perdagangan meningkatkan kepercayaan konsumen yang akhirnya berdampak baik pada keuntungan. Rasulullah SAW selalu memutuskan untuk bertindak jujur dalam segala aktivitas termasuk berdagang. Beliau senantiasa menetapkan perilaku jujur sehingga dijuluki *al-amin*, dalam perkataan maupun perbuatannya. Kejujuran adalah prinsip prinsip yang dipegang oleh para pedagang di pasar Lambaro. Pedagang di pasar ini selalu memberikan informasi yang jelas tentang barang kepada pembeli, transparan saat menimbang, membuang barang yang busuk atau cacat, memberikan jaminan kepada pembeli jika terdapat kerusakan atau cacat pada barang maka harus ditukarkan dengan barang yang lebih baik dengan syarat barang yang ditukarkan tersebut sejenis atau sama.
- b. Persaingan antar pedagang di pasar lambaro selalu menjali persaingan yang sehat, mereka saling bekerja sama menjual barang dalam bentuk

konsinyasi, yaitu pemilik barang menitipkan barang untuk diperjual belikan dengan keuntungan yang telah disepakati kedua belah pihak. Selain itu, antar pedagang menjalin hubungan kekeluargaan untuk mencapai persaingan yang sehat.

4.4 Analisis Penulis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di pasar Lambaro Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar maka potensi pasar Lambaro dalam peningkatan ekonomi masyarakat yaitu pertama, dengan terciptanya lapangan pekerjaan sebagai pedagang. Dengan adanya lapangan pekerjaan ini masyarakat di desa Lambaro dan sekitarnya merasakan dampak yang baik dalam meningkatkan taraf kesejahteraan bagi pedagang, dalam peningkatan pendapatannya sehingga mampu untuk memenuhi standar kehidupannya atau memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan sandang, pangan dan papan.

Kedua, harga yang ditawarkan lebih murah. Pedagang dapat menawarkan harga yang lebih murah karena produk di pasar Lambaro ini grosiran yang di panen dari pedagang itu sendiri dan juga biaya dana retribusi yang dibayarkan oleh pedagang tidak mahal sehingga pedagang dapat menjual dengan harga yang murah. Disamping harga yang lebih murah barang dagangan di pasar Lambaro juga sangat segar-segar.

Ketiga, letak yang strategis. Pasar Lambaro ini berada di Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar. Sehingga menyita perhatian baik dari warga desa Lambaro itu sendiri maupun dari kalangan warga yang melintas daerah pasar tersebut. Sehingga memudahkan para pedagang membawa barang dagangan langsung ketempat ini. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena jika lokasi usahanya mudah untuk dijangkau maka akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya, keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah usaha dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Selain letak yang strategis serta waktu beroperasi yang lebih pagi maka memberikan peluang untuk mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dan juga memberikan peluang bagi pedagang selanjutnya untuk menjual lagi di tempat yang lain dalam bentuk eceran.

Tinjauan ekonomi Islam terhadap aktivitas para pedagang di pasar Lambaro yaitu dilihat dari kehalalan barang, syarat barang atau benda yang dijadikan objek haruslah halal dan baik dari proses penanaman, bermanfaat serta milik sendiri. Secara umum Islam telah mengatur keseluruhan aspek kehidupan

manusia, sampai pada permasalahan ekonominya, khususnya jual beli tentu saja untuk memberikan kemaslahatan umat agar tidak terjadi kemudharatan atau dampak buruk dari transaksi yang dilakukan. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa barang yang dijual oleh pedagang di pasar Lambaro adalah barang yang secara hukum Islam diperbolehkan selain dari aspek dzatnya dalam Islam juga diajarkan untuk memperhatikan cara memperoleh barang tersebut.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian pembahasan dan analisis, penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Beberapa strategi yang dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional Lambaro dalam rangka memaksimalkan produk yang dijual belikan yaitu: menjaga kualitas barang (kebersihan) seperti menjaga kehalalan produk yang baik, sehat dan bersih, meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang kompeten dan lebih ramah serta menghargai dan memberikan penghargaan kepada pelanggan lama, menerapkan prinsip kejujuran (keseimbangan alat) dalam menimbang, mengukur dan menghitung. Proses ini dibuat transparan dengan dukungan langsung dari pembeli sehingga menciptakan kepercayaan di antara pelanggan.
2. Pasar tradisional Lambaro berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat. Potensi pasar Lambaro yang pertama, harga yang murah. Kedua, produk yang lebih beragam. Ketiga, waktu dan tempat yang strategis. Dengan memaksimalkan potensi yang ada di pasar tradisional Lambaro dapat meningkatkan

pendapatan pedagang dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, mewujudkan kemandirian baik individu maupun masyarakat dengan melakukan kegiatan yang produktif. Hal ini bertujuan agar tercapainya kesejahteraan umat dan tidak bergantung pada orang lain. Bangsa merdeka adalah bangsa yang mampu memberdayakan rakyatnya untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa adanya ketergantungan dengan Negara lain. Secara umum perilaku ekonomi pedagang di pasar tradisional Lambaro baik dari segi barang dagangan yang dijual telah sesuai dengan prinsip syariat Islam yaitu menghindari riba dan *gharar*, menjaga kebersihan barang dagangan dan menjaga kepercayaan para pelanggan.

5.2 Saran

Adapun saran yang penulis berikan ialah:

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat melindungi keberadaan pasar ini yang menjadi salah satu sumber ekonomi masyarakat, dan terus melakukan pembaharuan untuk kenyamanan pembeli dan juga untuk meningkatkan pendapatan para pedagang.
2. Serta diharapkan kepada Pedagang menjunjung tinggi nilai Islam yang telah ditetapkan dan didorong

untuk selalu menjaga kebersihan produknya agar produk yang dijual terjaga kehalalannya. Serta pasar tidak menjadi tanggung jawab satu orang tetapi semua pihak yang melakukan kegiatan jual beli di pasar tersebut harus merasa mempunyai tanggung jawab dalam menjaga keadilan, kedamaian dan juga kebersihan sekitar.



DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahan

Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 141- 143.

Assauri, Sofjan. (2002). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 93.

Boediono. (2015). *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 43.

Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: KENCANA, 129.

Ensiklopedia Indonesia. (1997). *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, Jakarta: Pakhi Pamungkas, 358.

Hasyim, Adelina. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan di Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi, 21.

Juliyani, Erly. (2016). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummul Qura Vol VIII, No.1 Maret, 63

Karim, Adiwarman. (2003). *Ekonomi Mikro Islam Edisi Kedu*, IIT Indonesia, Jakarta, 98.

Karim, Adiwarman. (2007). *Ekonomi Mikro Islam. Edisi kelima*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 6.

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

- Malano, Herman. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 159.
- Mubyarto. (1996). *Ekonomi Rakyat & Program IDT*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Muhammad. (2007). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 1.
- Mukhiqom, Iqom. (2014). *Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Terhadap Implementasi Pasar Tradisional Syariah Az-Zaritun 1 Surabaya Perspektif Hukum Islam)*, Tesis UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta, 126
- Munazar, dkk. (2020). *Analisa Pengaruh Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Pasar Induk Lambaro Kabupaten Aceh Besar*. Jurnal Humaniora 6, No.1: 62-69
- Muslich. (2007). *Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UPPM STIM YKPM.
- Nasution, Mustafa, Edwin dkk. (2006). *Pengenala Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: kencana, 16.
- Nazaruddin. (2013). *Fiqih Muamalah*, Yogyakarta: Idea Sejahtera, 92.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam P3EI. (2011). *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 14.
- Republik Indonesia. (2004). *Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th. 2012, bab II, pasal 4*

- Salim, Peter. (1991). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta Modern English Press.
- Sinaga. (2006). *Wawasan Kebangsaan Dalam Kerangka Negara Kesatuan Republic Indonesia*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara republic Indonesia.
- Sobiq, S. (1996). *Fiqh Sunnah*. Bandung: PT Al-Ma'rif.
- Soroso. (2004). *Ekonomi Produksi*. Bandung: Lubuk Agung.
- Sudrajat. (2005). *Kiat Mengetaskan Pengangguran Melalui Wirausaha*, Jakarta: Bumi Aksara, 10.
- Sueharto, Edi. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: PT. Rekan Aditama.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan*, Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Amus
- Sukirno, Sadono. (2015). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga*, Depok: PT Raja GrafindoPersada, 412.
- Sumodiningrat, G. (1998). *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafril. (2010). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 116.
- Syed Nawab Haider Naqvi. (2009). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, terjemahan M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 28.
- Tambunan. (2002). *Tenaga Kerja*. Yogyakarta: BPFE.

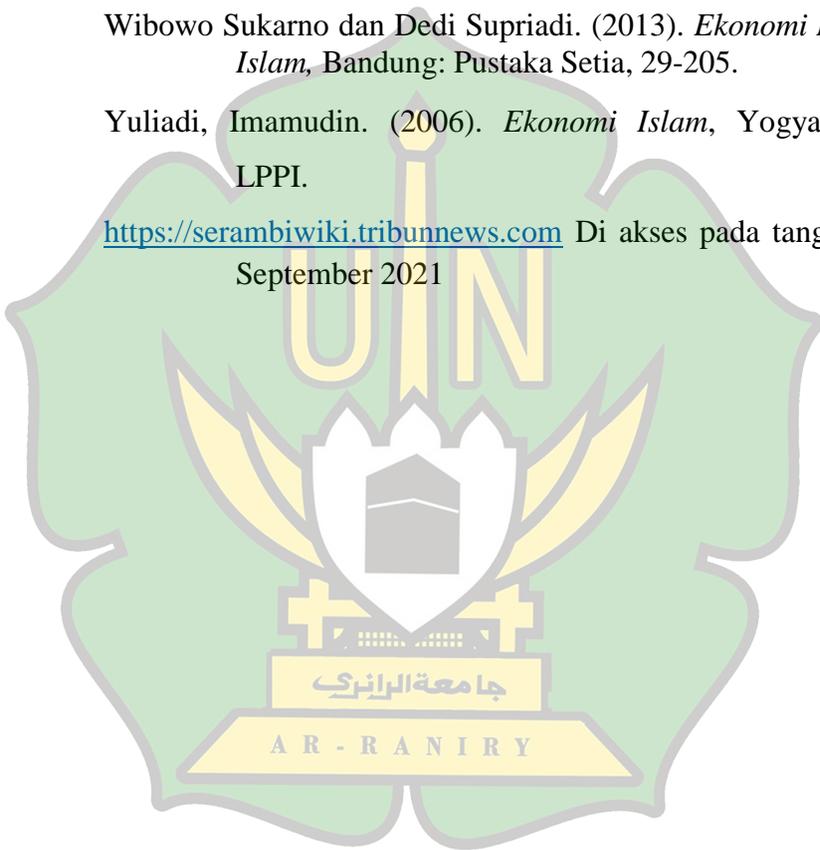
Tjokroamidjojo, B. (1984). *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Jakarta: LP3ES.

Wahid, N.A. (2013). *Paradigma Ekonomi Islam*. Banda Aceh: Forum Intelektual Al-Quran dan Hadits Asia Tenggara.

Wibowo Sukarno dan Dedi Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 29-205.

Yuliadi, Imamudin. (2006). *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: LPPI.

<https://serambiwiki.tribunnews.com> Di akses pada tanggal 1 September 2021



LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara

“Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh besar)”

I. Data Pribadi Informan

Nama :

Usia :

Alamat :

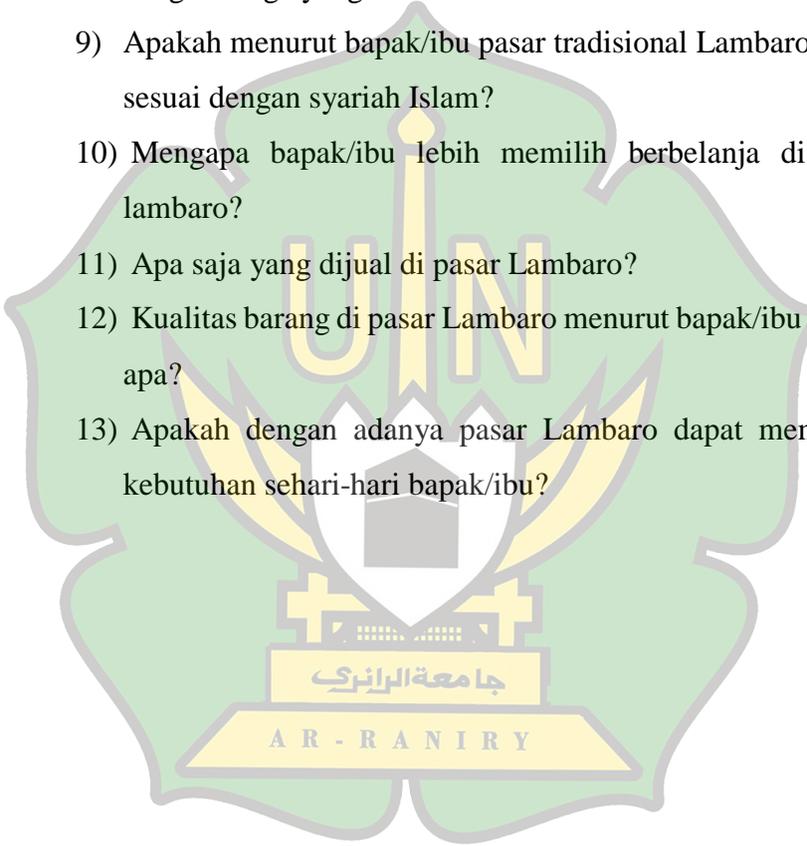
Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

II. Wawancara Informan

- 1) Sudah berapa lama bapak/ibu berjualan di pasar Lambaro?
- 2) Mengapa bapak/ibu berjualan di pasar Lambaro?
- 3) Bagaimana bapak/ibu menetapkan harga di pasar Lambaro?
- 4) Bagaimana sarana dan prasarana yang ada di pasar Lambaro?
- 5) Apa saja biaya-biaya wajib yang dikeluarkan setiap hari atau setiap bulan untuk berdagang di pasar Lambaro?
- 6) Apakah pasar Lambaro berpotensi dalam peningkatan pendapatan di setiap tahun selama bapak/ibu berdagang di pasar Lambaro?

- 7) Berapakah kira-kira pendapatan selama berdagang di pasar Lamabro?
- 8) Apakah ada tawar-menawar dengan pembeli? Misalnya barang yang cacat (kurang bagus) dijelaskan kemudian dijual dengan harga yang murah?
- 9) Apakah menurut bapak/ibu pasar tradisional Lambaro sudah sesuai dengan syariah Islam?
- 10) Mengapa bapak/ibu lebih memilih berbelanja di pasar lambaro?
- 11) Apa saja yang dijual di pasar Lambaro?
- 12) Kualitas barang di pasar Lambaro menurut bapak/ibu seperti apa?
- 13) Apakah dengan adanya pasar Lambaro dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari bapak/ibu?



Lampiran II Dokumen

a) Dokumentasi di pasar Lambaro ketika survey lokasi





b) Dokumentasi di pasar Lambaro ketika penelitian



