

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORISTIS

A. Pengertian Pasar

Pasar merupakan mata rantai yang menghubungkan antara produsen dan konsumen, anjang pertemuan antara penjual dan pembeli, antara dunia usaha dan masyarakat. Semula pasar berarti suatu tempat di mana pada hari tertentu para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual-beli barang. Para penjual menawarkan barang dengan harapan dapat laku terjual dan memperoleh sekadar uang sebagai penggantinya. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Ini pasar dalam arti asli atau konkret.²³

Berdasarkan pengertiannya, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli atau lebih jelasnya daerah, tempat, wilayah, area yang mengundang kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga.²⁴ Pasar adalah tempat umum untuk menjual dan membeli barang. Bertemunya penjual dan pembeli barang atau jasa, tidak harus ada tempat secara fisik.²⁵

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini

²³ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2004), hlm. 109

²⁴ M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 120

²⁵ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 578

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.²⁶ Pasar menurut Philip Kotler yang memiliki arti pasar dari sisi antara lain:

1. Dalam pengertian aslinya: pasar adalah suatu tempat fisik dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk menukar barang dan jasa.
2. Bagi seorang ekonom: pasar adalah semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang atau jasa tertentu. Para ekonom memang tertarik akan struktur, tingkah laku dan performans dari masing-masing pasar.
3. Bagi seorang pemasar: pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial dari suatu produk.²⁷

Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga.²⁸

B. Kios dan Los

Kios merupakan sarana yang memfasilitasi pedagang pasar tradisional sebagai sarana tempat menjual dagangannya. Kios adalah pertokoan yang dibangun untuk tempat berdagang pakaian, barang harian, emas/perak, dan

²⁶ Kasmir. Jakfar, *Op.Cit*, hlm. 44

²⁷ Marius P. Angiopora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), cet. 11, hlm. 73-75

²⁸ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), hlm. 85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain-lain. Sedangkan los adalah lapak-lapak yang disediakan untuk menjual bahan pokok seperti: sayur, beras, daging dan lain-lain. Pada umumnya kios-kios di pasar tradisional terbagi dalam beberapa ukuran dan disesuaikan dengan jenis barang dagangannya. Di sebagian besar pasar tradisional, secara penempatan kios dibedakan menjadi 2 yaitu: kios outdoor dan kios indoor. Kios outdoor merupakan kios yang ditempatkan dan berhubungan langsung dengan bagian luar ruangan, sedangkan kios indoor merupakan kios yang diposisikan dalam ruangan yang berada pada satu bagian atap.

Berbagai jenis kios disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis barang dagangan. Di pasar tradisional sebagai pasar yang menyediakan kebutuhan pokok dan memiliki tingkat keberagaman komoditas dagangan memiliki berbagai macam jenis dan tipe kios, seperti kios untuk komoditas sandang dan pangan. Namun disisi lain fenomena yang terjadi di pasar tradisional adalah masalah pedagang kaki lima yang mewarnai kehidupan pasar tradisional. Kondisi kios yang didirikan oleh pedagang secara fisik sangat sederhana dan bersifat portable. Biasanya terbuat dari bahan material yang murah dan mudah didapatkan seperti kayu dan bambu dengan penutup atap menggunakan plastik terpal. Setelah selesai berdagang, pedagang merapikan kembali kios dagangannya sehingga kios jenis ini bersifat temporal.

Keberadaan kios yang jenis ini merupakan pembentuk karakter pasar tradisional, karena berdasarkan awal terbentuknya pasar tradisional berawal dari aktivitas pedagang menjual barang dagangannya dengan kios sederhana dan dengan system konstruksi kios yang sederhana. Menurut Geertz, kegiatan

perdagangan paling sederhana adalah hanya satu ruang terbuka ditempat yang strategis atau suatu tempat yang mentradisi.

Ada beberapa standar perancangan kios sesuai komoditas barang yang dijual pada pasar tradisional. Pada perancangan pasar tradisional, yang pada umumnya menjual komoditas pangan memerlukan perhatian dalam perancangan untuk menjaga kualitas komoditas sesuai dengan standar kesehatan. Pada kajian teori perancangan kios pasar mengacu berdasarkan standar baku pada data arsitek oleh Ernst Neufart.

1. Kios Penjual Ikan

Penjual ikan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya bagaimana menjaga ikan agar terlihat segar, aliran udara untuk mengurangi bau ikan, aliran air bekas cucian ikan, lalu lintas pengiriman, dinding dan lantai yang mudah dibersihkan. Langkah tersebut merupakan upaya untuk menjaga kualitas ikan maupun kebersihan lingkungan sekitar.

2. Kios Penjual Daging

Kriteria penjual daging hampir sama dengan penjual ikan, karena sama-sama komoditas yang cepat busuk. Dinding dilapis dengan porselen, mozaik dan material mudah dicuci dan dibersihkan dengan air, sedangkan bidang penyimpanan terbuat dari marmer, kaca atau keramik.

3. Kios Buah-Buahan Dan Sayuran

Kriteria desain kios buah-buahan dan sayuran membutuhkan aliran udara yang cukup untuk menjaga komoditas tersebut tetap dalam keadaan segar dalam beberapa waktu tertentu. Kondisi tempat harus sejuk tidak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didinginkan. Perletakan kios buah-buahan dan sayuran juga bisa lebih menarik jika diposisikan dekat area sirkulasi misalnya dipinggir jalan yang terdapat pedestrian. Sehingga orang dapat dengan mudah membeli kebutuhan buah-buahan dan sayuran di area pedestrian, disamping itu juga berfungsi sebagai estetika.²⁹

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Penggunaan

Penggunaan adalah proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu, pemakaian.³⁰ Rendahnya penggunaan disebabkan oleh permintaan yang rendah. Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan suatu pasar. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : “hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun jumlah barang meningkat”.³¹

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah : harga barang itu sendiri, harga barang lain yang

²⁹ <http://etheses.uin-malang.ac.id>, diakses pada tanggal 25 Juli 2017 pukul 14:42 WIB

³⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia, 2008), Edisi ke-4, hlm. 466

³¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2014), hlm. 5

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap), pendapatan, selera, jumlah penduduk, faktor khusus (akses).³²

1. Harga barang itu sendiri.

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Begitu juga sebaliknya. Hal ini membawa kita ke hukum permintaan yang menyatakan “bila harga suatu barang naik, ceteris paribus, maka jumlah barang yang diminta akan berkurang atau sebaliknya.”

2. Harga barang lain yang terkait.

Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Hubungan satu barang dengan barang lain itu dapat bersifat saling mengganti (substitute) dan saling melengkapi (komplementer). Apabila harga barang pengganti naik maka konsumen akan membeli barang lebih banyak.³³

3. Tingkat pendapatan per kapita (*income*).

Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Maka tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.³⁴ Pendapatan rumah tangga

³² Kasmir. Jakfar, *Op.Cit*, hlm.45

³³ Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm.35

³⁴ Prathama Rahardja Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm. 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik (tinggi) tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi.³⁵

4. Selera atau cita rasa konsumen (*Taste*).

Selera atau cita rasa masyarakat terhadap segala sesuatu itu, pada lazimnya, senantiasa berubah dari waktu ke waktu. Jika saja pada suatu waktu selera masyarakat terhadap sepeda motor meningkat sudah pasti bahwa jumlah sepeda motor yang diminta terhadap barang tersebut turun maka jumlah sepeda motor yang diminta akan merosot.³⁶

5. Jumlah penduduk.

Bertambahnya penduduk akan menimbulkan bertambahnya kebutuhan berbagai macam barang/jasa sehingga permintaan akan bertambah. Naiknya permintaan berpengaruh langsung terhadap penawaran barang/jasa. Banyaknya permintaan itu akan menaikkan harga barang/jasa yang ditawarkan, sehingga pada suatu saat permintaan akan menurun kembali, ketika permintaan turun produsen penjual yang masih memiliki banyak barang/jasa akan menaikkan penjualan dengan menurunkan harga. Apabila jumlah penduduk bertambah, maka jumlah barang yang dibeli akan semakin besar meskipun harga tidak turun. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan makin banyak.

6. Perkiraan/harapan konsumen harga di masa mendatang (*consumer expectation*).

³⁵ Ibid, hlm. 265

³⁶ Suherman Rosyidi, *Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 301

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bila konsumen memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli barang itu sekarang, sehingga menghemat belanja di masa mendatang.

7. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan.³⁷

Dalam perekonomian yang modern, bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat. Usaha-suaha promosi penjualan lainnya, seperti pemberian hadiah kepada pembeli, iklan pemberian potongan harga , memberikan pelayanan yang baik, sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak dari pada biasanya.

8. Tempat menjual (*outlet*)/ lokasi (*layout*).³⁸

Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dan masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian akan dapat dirahi. Strategi lokasi seringkali dianggap sepele, namun ternyata dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan perusahaan.

D. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah pada hakikatnya merupakan kebijakan yang ditujukan untuk publik dalam pengertian yang seluas-luasnya (Negara,

³⁷ Prathama Rahardja Mandala Manurung, *Op. Cit*, hlm. 25

³⁸ Suherman Rosyidi , *Op. Cit*, hlm. 304

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat dalam berbagai status serta kepentingan untuk umum) baik itu dilakukan secara langsung maupun tidak langsung yang tercermin pada berbagai dimensi kehidupan publik. Oleh karena itu kebijakan publik sering disebut sebagai kebijakan publik.

Kebijakan dalam pengertian pilihan untuk melakukan atau untuk tidak melakukan makna adanya kehendak untuk melakukan atau tidak melakukan, kehendak mana dinyatakan berdasarkan otoritas yang dimiliki untuk melakukan pengaturan dan jika perlu dilakukan pemaksaan. Pernyataan kehendak oleh otoritas dikaitkan dengan konsep pemerintah memberikan pengertian atas kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yang disebut sebagai kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah dapat berkonotasi sebagai kebijakan Negara ketika pemerintah yang melakukan adalah diarahkan pada pemerintah Negara. Kalau kebijakan pemerintah dipahami dari sasaran yang akan dicapai (diatur) di mana sasarannya adalah publik tidak saja dalam pengertian Negara akan tetapi dalam pengertian masyarakat dan kepentingan umum maka kebijakan pemerintah dapat dikategorikan sebagai kebijakan publik.³⁹

Pasar serta kawasan bebas lainnya merupakan salah satu ruang atau tempat kegiatan ekonomi dan merupakan tempat berkumpul untuk memenuhi kebutuhan pokok setiap individu dalam masyarakat. Proses terciptanya fenomena kaki lima disebabkan oleh adanya konsep involution yang dikembangkan oleh Pemerintah Belanda. Pemerintah kolonial mengambil

³⁹ Faried Ali. Andi Syamsu Alam, *Studi Kebijakan Pemerintah*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hlm. 15

inisiatif untuk membuka system ekonomi bazaar bagi penduduk pribumi. Pedagang kaki lima muncul dari adanya suatu kondisi pembangunan perekonomian dan pendidikan yang belum merata di seluruh Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) ini.

Kaitannya dengan pemberdayaan sector informal khususnya pedagang kaki lima, maka hal penting yang perlu diberdayakan adalah faktor pengelolaan sumberdaya yang dimiliki oleh kelompok pedagang kaki lima itu sendiri untuk mendorong peningkatan pendapatan/keuntungan (profitabilitas) usaha mereka. Pemerintah Indonesia melalui Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyatakan bahwa perlu adanya pemberdayaan usaha mikro dan penataan sector informal (PKL). Hal ini bertujuan untuk memperkuat keberadaan serta peran usaha mikro dan sector informal terutama pedagang kaki lima, sehingga dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan penanggulangan kemiskinan. Dengan demikian sebenarnya pemerintah mengakui keberadaan pedagang kaki lima dan perannya untuk memperkuat masyarakat ekonomi lemah.

E. Pasar menurut Islam

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan al-Khulafa al-Rasyidun menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar disini mengharuskan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adanya moralitas, antara lain : persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*).

Jika nilai-nilai ini telah ditegakan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar. Dalam catatan sejarah, Rasulullah menghargai mekanisme pasar sebagai sebuah *sunnatullah* yang harus dihormati. Pandangan tentang pasar dan harga dari beberapa pemikir besar muslim seperti Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibn Khaldun Ibn Taimiyah juga diungkap.⁴⁰

Allah SWT berfirman dalam Al-qur'an surat Al-Furqan (25): 20:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ
فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا



Artinya: “Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. Maukah kamu bersabar? dan adalah Tuhanmu Maha Melihat”.

Pemasaran syariah mengajarkan pemasaran untuk jujur pada konsumen atau orang lain. Pemasaran syariah bukan hanya sebuah teknik pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada marketing syariah saja tetapi lebih jauhnya marketing berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran syariah sendiri menurut defenisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep ke-Islaman

⁴⁰ Akhmad Mujahidin, *Op.Cit*, hlm. 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah diajarkan Nabi Muhammad Saw.⁴¹ Dalam melakukan praktek perekonomian tidak terlepas dari tiga aspek penting dan utama dalam Islam yang harus diketahui oleh setiap pelaku ekonomi sebagaimana yang disebutkan oleh Adiwarmarman Karim yaitu:

1. Aspek akidah
2. Aspek syariah
3. Aspek akhlak

Akidah disebut juga iman, sedangkan syariah adalah Islam dan akhlak disebut juga ihsan. Akidah menunjukkan kebenaran Islam, syariah menunjukkan keadilan Islam, dan akhlak menunjukkan keindahan Islam.⁴² Dengan demikian ketiga aspek tersebut hendaknya menjadi dasar (miqyas) dalam setiap tindakan yang dilakukan, diantaranya aspek ekonomi.

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang horizontal namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya tetap mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist.⁴³

Untuk menjaga hak-hak pelaku pasar (penjual dan pembeli) dan menghindari transaksi yang menyebabkan distorsi dalam pasar serta mendorong pasar untuk mewujudkan kemaslahatan individu maupun

⁴¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 20

⁴² Adiwarmarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 2

⁴³ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet-1, hlm. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat, dibutuhkan suatu aturan dan kaidah-kaidah umum yang dapat dijadikan sebagai sandaran.

1. Adil dalam takaran dan timbangan.

Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar. Untuk menghindari praktik kecurangan yang dapat mengakibatkan kezaliman bagi suatu pihak. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Muthaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

2. Larangan mengkonsumsi riba.

Riba adalah pengambilan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertantangan dengan prinsip-prinsip muammalah dalam Islam. Allah SWT mengingatkan kita semua dengan firman-nya dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁴

⁴⁴ Nurnasrina, *Perbankan Syariah 1*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hlm. 10

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kejujuran dalam transaksi (bermuamalah).⁴⁵

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Karena nilai kebenaran ini, akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Islam sangat memperhatikan nilai-nilai kejujuran dalam bertansaksi (bermuamalah), seperti penjelasan penjual atas barang yang cacat yang dijual. Apabila dalam barang dagangan terdapat kerusakan dan penjual tidak memberi penjelasan kepada pembeli maka penjual telah melakukan pelanggaran syariah. Memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan barang ketika terdapat kerusakan, memberikan hak untuk membatalkan transaksi ketika ditemukan kerusakan yang dapat mengurangi nilai serta memberikan kebebasan untuk memilih. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali'Imran ayat 95 yang berbunyi:

قُلْ صَدَقَ اللَّهُ فَاتَّبِعُوا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿٩٥﴾

Artinya: “Katakanlah : benarlah (apa yang difirmankan) Allah. Maka ikutilah agama Ibrahim yang lurus , dan bukanlah dia termasuk orang-orang yang musyrik.”

4. Menjual barang yang baik mutunya.
5. Larangan ba'I an-najasy.

⁴⁵ Said Sa'ad Marthon, *Op.Cit*, hlm. 89-93

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ba'i an-najasy adalah transaksi jual beli ketika si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli. Si penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini telah melakukan kesepakatan dengan penjual dengan harga tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya membeli dengan harga tinggi pula dengan maksud untuk menipu. Akibatnya terjadi *false demand* (permintaan palsu).⁴⁶ Najsy dilarang karena dapat menaikkan harga barang-barang yang dibutuhkan oleh para pembeli.⁴⁷

6. Larangan talaqqi al-wafidain.

Rasulullah melarang melakukan talaqqi al-wafidain (menjemput penjual) atas barang dagangannya diluar kota sebelum penjual tersebut sampai dipasar. Transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena adanya ketidakseimbangan informasi tentang harga yang berlaku didalam pasar. Dalam kondisi tersebut, penjual tidak mengetahui harga sebenarnya yang berlaku dalam pasar. Transaksi tersebut dilakukan agar pembeli mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

7. Larangan menjual barang yang belum sempurna kepemilikannya.

Dalam ekonomi Islam, proses transaksi jual beli suatu barang harus sempurna kepemilikannya. seseorang tidak boleh menjual suatu barang yang belum penuh kepemilikannya yang masih keterlibatan pihak lain.

⁴⁶ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), Cet. Ke-3, hlm. 94

⁴⁷ Abdul aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha, 2008), hlm.269

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Tidak menyaingi penjual lain.

Pasar yang Islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moral Islam.

9. Larangan menimbun barang (ikhtiar).

Allah SWT berfirman dalam Surat At-Taubah ayat 35 yang berbunyi:

يَوْمَ تَحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ
هَذَا مَا كَنَزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ

Artinya : “Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu”.⁴⁸

Ikhtiar adalah menahan/menimbun komoditas kebutuhan masyarakat untuk tidak dijual dengan tujuan untuk menaikkan harga. Rasulullah melarang menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang normal kepada orang yang tidak tahu atau kepada orang yang sangat membutuhkan barang tersebut. Dan beliau juga melarang membeli barang dengan harga yang lebih rendah dari harga normal dari orang yang butuh untuk menjual barang tersebut.

10. Konsep kemudahan dan kerelaan dalam pasar.

Kesepakatan dan kerelaan merupakan pondasi dasar dalam melakukan transaksi. Setiap transaksi yang kita lakukan harus

⁴⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 1*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013), hlm. 204-205

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencerminkan keridhaan dan kerelaan masing-masing pihak dalam menentukan beberapa kesepakatan dalam transaksi. Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

11. Monopoli perdagangan.

Monopoli perdagangan adalah penjual membuat komitmen agar yang menjual bahan makanan atau lainnya hanya kepada orang-orang tertentu yang sudah dikenal. Barang-barang itu tidak dijual selain kepada mereka, kemudian mereka menjualnya, maka dilarang. Ini bisa merupakan kezaliman terhadap tugas dan wewenang penjual yang dilarang dalam Islam.