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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Konsep Pasar.

1. Definisi Pasar

Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.[16]

Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi actual atau potensi mereka menentukan harga suatu produk atau serangkaian produk.[17] Semula pasar berarti suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Dalam ilmu ekonomi pasar biasanya terdapat beberapa aspek [18]:

a. Suatu pertemuan
b. Orang yang menjual
c. Orang yang membeli
d. Suatu barang atau jasa te rtentu
e. Dengan harga tertentu

Menurut Mankiw pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang atau jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah

[16] Algifari, *Ekonomi Mikro Teori Dan Kasus Edisi Kesatu* (Yogyakarta : STIE YKPN, 2002) h.92

[17] Robert.S Pindyck dan Daniel.L Rubinfeld, *Mikro Ekonomi Edisi Delapan* (Jakarta : Erlangga, 2012) h.8

[18] T.Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (Yogyakarta : Konisius, 2004) h. 109

kelompok menentukan permintaan sebuah produk dan para penjual sebagai kelompok menentukan penawaran terhadap produk.[19]

Menurut sudut pandang yang lain, Sofyan Assauri mengemukakan bahwa pasar adalah merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang berbentuk non fisik yang memungkinkan terlaksananya pertukaran karena dipenuhi persyaratan pertukaran, diantaranya yaitu adanya minat dan citra yang baik serta daya beli yang memadai.[20]

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu, sehngga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu, artinya juga didalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.[21]

Secara tradisional, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, namun dalam pemasaran, pasar adalah kelompok individual (perorangan maupun organisasi) yang mempunyai permintaan terhadap barang tertentu, berdaya beli, dan berniat merealisasikan pembelian tersebut.[22]

---

[19] N.GregoryMankiw, *Principles of Economic : Pengantar Ekonomi Mikro* (Jakarta : Salemba Empat, 2009), h.

[21] Kasmir dan jakfar, *studi kelayakan bisnis*, (jakarta : kencana 2007) h. 69

[22] Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru : CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015) H. 44

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut W.Y. Stanton pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yakni :[23]

a. Keinginan manusia
b. Daya beli
c. Tingkah laku dalam pembelian.

Didalam sebuah pasar tentunya terdapat perantara-perantara yang mendukung terjadinya aktivitas sebuah pasar. Perantara-perantara tersebut diantaranya :[24]

1. Pedagang (besar/grosir (*wholesale*) maupun kecil/pengecer atau disebut ritel.
2. Perantara khusus (Agen, Makelar, Komisioner, Pialang)
3. Eksportir dan importir
4. Lembaga-lembaga pembantu, seperti : Bank, Asuransi, Perusahaan pengangkutan, pengepakan, pergudangan, konsultan, kamar dagang dan lain sebagainya.

Secara teoritis ada dua kondisi ekstrem posisi perusahaan dalam pasar. Ekstrem pertama, perusahaan berada dalam pasar persaingan sempurna (*Perfect Competition*), jumlah perusahaan begitu banyak dan kemampuan setiap perusahaan sangat kecil untuk memengaruhi harga

[23] Drs. J. Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan,* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996) H. 210

[24] T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (Yogyakarta : Penerbit Kanisius, 2004) h. 111

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pasar. Perusahaan ibarat setitik air di tengah samudera. Yang dapat dilakukan perusahaan adalah menyesuaikan jumlah *output* agar mencapai laba maksimum. Ekstrem kedua adalah perusahaan hanya satu-satunya produsen (Monopoli). Dalam posisi ini perusahaan mampu memengaruhi harga dan jumlah *output* pasar.[25]

2. Jenis-jenis Pasar

a. Menurut segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa macam, diantaranya: Pasar tradisional, pasar raya, pasar abstrak, pasar konkret, toko swalayan dan toko serba ada.

b. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menja di lima jenis:

1. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai ke luar kota, sertabarang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.
2. Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas,bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.

[25] Pratama raharja dan mandala manurung, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, (jakarta : lembaga penerbit fakultas ekonomi universitas indonesia, 2010) h.167

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Pasar wilayah (distrik), yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan cukup lengkap. Melayani sekitar 50.000-60.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, dan pasarinduk.
4. Pasar lingkungan, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.
5. Pasar khusus, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

c. Berdasarkan waktu terjadinya pasar dibagi menjadi enam bagian, diantaranya:[26]
   1. Pasar harian, merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap hari, misalnya pasar pagi,toserba dan warung-warung.
   2. Pasar mingguan, merupakan pasar yang melakukan aktivitasnya setiap satu minggu sekali. Misalnya pasar senin atau pasar minggu yang ada dipedesaan.

[26] Sudriwati, Skripsi : *Dampak Keberadaan Pasar Kaget Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Kiyap Jaya Ditinjau Menurut Ekonomi Islam* (UIN SUSKA RIAU : Program Studi Ekonomi Islam,2017) H. 33

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Pasar bulanan, merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu bulan sekali. Dalam aktivitasnya bisa satu hari atau lebih. Misalnya, pasar yang biasa terjadi didepan kantor-kantor tempat pensiunan atau purnawirawan yang mengambil uang pensiunan tiap awal bulan.
4. Pasar tahunan, merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu tahun sekali. Kejadian di pasar ini biasanya lebih dari satu hari, bahkan bisa mencapai lebih dari satu bulan. Misalnya pekan raya jakarta, pasar malam, dan pameran pembangunan.
5. Pasar temporer, merupakan pasar yang terjadi sewaktu-waktu dalam waktu yang tidak tentu (rutin). Pasar ini biasanya terjadi pada peristiwa tertentu. Misalnya pasar murah, bazar, dan pasar karena ada perayaan kemerdekaan RI.

d. Berdasarkan strukturnya (jumlah penjual dan pembeli)[27]

1. Pasar persaingan sempurna, merupakan sebuah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produksi yang dijual bersifat homogen. Harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan sehingga penjual dan pembeli di pasar ini tidak dapat mempengaruhi harga dan hanya berperan sebagai penerima harga (price taker). Barang dan jasa yang dijual dipasar ini bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan. Semua produk terlihat identik.

[27] Mahdar Ernita, *Teori Ekonomi Mikro* (Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2015) h.51

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

2. Pasar persaingan tidak sempurna, yaitu terdiri dari :
   a. Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga dipasar ini adalah seorang penjual yang sering disebut monopolis.
   b. Pasar oligopoli adalah pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.
   c. Pasar persaingan monopolistik adalah salah satu bentuk pasar dimana terdapat banyak prodisen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan pada beberapa aspek.
   d. Pasar monopsoni adalah bentuk pasar yang terlihat dari segi permintaan atau pembelinya. Disini pembeli memiliki kekuatan untuk menentuakan harga dimana hanya ada satu perusahaan saja.
   e. Pasar oligopsoni merupakan pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen. Contohnya telkom, indosat, mobile-8, excelcomindo adalah beberapa perusahaan pembeli infrastruktur telekomunikasi seluler.

Sedangkan menurut manajemennya, pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Pasar Tradisional

   Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelolaoleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Milik Negara danBadan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.[28]

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern, dimana barang-barangnya diperjualbelikan dengan harga pas dan layanan mandiri (swalayan). Tempat berlangsungnya pasar ini adalah mall, hypermart, plaza, supermarket dan tempat modern lainnya.

Pasar modern tidak banyak dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang *(barcode),*berada dalam bangunan dan pelayannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan seperti buah, sayuran, daging, sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang bertahan lama. Ciri-ciri pasar modern adalah :[29]

a. Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja contoh *byonline*
b. Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*)

[28] Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1

[29] Nel Aryanti, "*Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*",Jurnal Managemen dan Bisnis, Vol.13.No.01 (April 2013), h.18

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung

d. Pada situasi tertentu seperti di supermarket harga tidak bisa menawar

e. Harga sudah tertera dan diberi *barcode*

f. Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama

g. Berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan sendiri

h. Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik matahari

i. Tempat bersih

j. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang

k. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang kekasir dan tawar menawar lagi.

3. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya trasnsaksi jual beli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.[30]

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelolaoleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta

[30] Septiani, Skripsi : *Strategi Pengelola Pasar Tradisional Cik Puan Pekanbaru Menghadapi Keberadaan Supermarket* (Analisis Etika Bisnis Dalam Islam),2012 (Pekanbaru : Uin Suska Riau) H. 24

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yangdihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat).

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia tersebut menjelaskan pula bahwa lokasi pendirian pasar tradisioanl wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :

1. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaandan Toko Modern serta Usaha Kecil termasuk koperasi yang ada diwilayah yang bersangkutan.
2. Menyediakan area parkir paling sedikit seluruh kebutuhan parkir 1 buah kendaraan roda empat untuk setiap 100m2 (seratus meter persegi) luas lahan penjualan pasar tradisional, dan
3. Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.[31]

Menurut Geertz (1992), ekonomi pasar adalah tradisional dalam arti bahwa fungsinya diatur oleh adat kebiasaan dagang yang dianggap

[31] Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, BAB 11 Pasal 11

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

keramatkarena terus menerus dipergunakan selama berabad-abad, tetapi tidakdalam pengertian bahwa ekonomi pasar ini menggambarkan suatu sistem dimana tingkah laku ekonomis tidak dibedakan secukupnya dari macam-macam tingkah laku sosial lain.

Dari sudut pandang yang berbeda, Geertz berpendapat bahwa pasar tradisional menunjukkan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat *indigenous market trade*, sebagaimana telah dipraktikkan sejak lama (Tradisi). Pasar tradisional lebih bercirikan *bazar type economic* skala kecil. Karenannya, pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah. Tidak kalah pentingnya, pasar tradisional terbukti memberikan kesempatan bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya.

4. Fungsi Pasar Tradisional

Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nialai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.[32]

Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat viral bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, apa jadinya jika pembeli tidak nyaman dan malas untuk mengunjungi pasar, tentunya akan merugikan

[32] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta : Rajawali Pers,2014) h.142

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

penjual. Tidak hanya terbatas pada penjual, pemerintah sebagai penarik pajak juga akan merasakan kerugian dimana pajak tersebut merupakan penghasilan daerah secara optimal.[33]

5. Pasar Kaget

Definisi pasar kaget tidak ditemukan dalam peraturan perundangan sehingga secara inplisit dapat dinyatakan bahwa pemerintah belum menganggap perlu pengawasan dan pengelolaan jenis pasar tersebut. Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pasar kaget adalah pasar sesaat yang terjadi ketika terdapat sebuah keramaian atau perayaan. Namun bagi masyarakat rumbai pesisir pasar kaget adalah pasar dadakan yang berdiri karena faktor saling membutuhkan *(simbiosis mutualisme)*dengan waktu tertentu dan hari tertentu pula.

B. Pengertian Perdagangan

Perdagangan adalah aktivitas jual beli yaitu barter (swap) barang dengan harga barang, baik perdagangan dalam negeri yakni barter yang berlangsung didalam negeri serta tunduk pada kekuasaan negara.[34]

Perdagangan merupakan salah satu urat nadi terpenting dalam sendi perekonomian. Perdagangan atau pertukaran dalam ekonomi di artikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak dan sukarela dari masing-masing pihak,. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan utility (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.[35]

---

[33] *Ibid*
[34] Abdurrahman Al-Maliki, *Politik Ekonomi Islam*, (Bangil : Al-Izzah, 2001) H.101
[35] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008) h. 1

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam usaha dagang nabi selalu bersikap sopan dan baik hati. Nabi juga menghindari sikap berlebihan dalam berdagang, seperti banyak bersumpah. Nabi sangat membenci orang-orang yang dalam dagangannya menggunakan sumpah palsu.[36]

C. Konsep Pendapatan

1. Pengertian pendapatan

Menurut A. Abdurrahman, pendapatan atau penghasilan *(income)* adalah uang, barang-barang materi, atau jasa yang diterima atau bertambah besar selama jangka waktu tertentu. Biasanya dari pemakaian kapital, pemberi jasa-jasa perseorangan atau keduanya.

Pendapatan adalah penerimaan total kas yang diperoleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu yang tertentu (biasanya satu tahun). Menurut KBBI pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya), pencarian, atau penemuan.

Menurut sadono sukirno mengemukakan pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara.[37] Sedangkan menurut mardiasmo, pendapatan dengan defenisi yang lebih luas merupakan tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai untuk

[36] Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta : Rajawali Press, 2010) h. 325

[37] Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2008) h. 384

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dikonsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun.[38]

Menurut Philip E.Fess dan Carl S. Warren mengatakan bahwa pendapatan adalah kenaikan kotor dalam modal sendiri (modal pemilik) yang dihasilkan dari penjualan, barang dagangan, pelaksanaan jasa kepada pelanggan atau klien, penyewaan aktiva, peminjam uang, dan semua kegiatan usaha serta profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.[39]

Ikatan Akuntan Indonesia (1999, PSAK No. 23, 2) menyatakan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas (modal), yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan adalah sesuatu yang didapat baik berupa uang, barang ataupun jasa dalam suatu periode tertentu untuk mendapatkan penghasilan.

2. Sumber-Sumber Pendapatan

a. Menurut faisal H. Basri, sumber pendapatan dibagi menjadi 4 kelompok, yakni :

1) Pendapatan dari gaji upah, maksudnya yaitu imbalan dari jabatannya sebagai buruh

2) Pendapatan dari usaha, yakni imbalan dari jabatannya sebagai pemilik usaha

[38] Mardiasmo, *Perpajakan* (Yogyakarta : Andi, 2003) H. 109
[39] M.Nafarin, (Jakarta : Salemba Empat,2004) h. 377

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

3) Pendapatan dari transfer rumah tangga lainnya yang terdiri dari uang kiriman, warisan, sumbangan dan lainnya.

4) Pendapatan lainnya yang meliputi pendapatan dari sewa, bunga,deviden dan lainnya.

b. Yang termasuk dalam pendapatan menurut mardiasmo adalah :

1) Imbalan atau penggantian yang berkenaan dengan pekerjaan atau jasa. Yang tergolong imbalan diantaranya : gaji, upah, hononarium, komisi, bonus dan lainnya.

2) Hadiah-hadiah.

3) Laba usaha pendapatan

4) Keuntungan

5) Penerimaan kembali pembayaran pajak

6) Bunga

7) Deviden dan pembagian hasil usaha

8) Royalti

9) Sewa

10) Penerimaan atas pembayaran berkala

11) Keuntungan karena pembebasan utang

12) Keuntungan karena selisih kurs mata uang

13) Premi asuransi

c. Menurut lapangan usaha yang ada di indonesia, diantaranya :

1) Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan

2) Pertambangan dan pengalihan

3) Industri pengolahan

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

4) Listrk, gas dan air minum

5) Bangunan

6) Perdagangan, hotel dan restoran

7) Pengangkutan dan komunikasi

8) Bank dan lembaga keuangan lainnya

9) Sewa rumah

10) Pemerintahan dan pertahanan

11) Jasa-jasa

Dari pendapatan diatas, diketahui bahwa pendapatan tidak hanya berasal dari hasil perdagangan atau pekerja dari perusahaan saja tetapi juga dapat berasal dari penanaman moal dan bahkan dapat berasal dari hadiah ataupun pemberian orang lain.[40]

3. Konsep Pendapatan Dalam Islam

Islam mendorong pemeluknya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi, dan menekuni aktivitas ekonomi di berbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan dan bidang usaha lainnya.[41]

Dengan bekerja, setiap individu dapat memenuhi hajat hidupnya, hajat hidup keluarganya, berbuat baik pada kaum kerabatnya, memberikan pertolongan kepada yang membutuhkannya, ikut berpartisipasi bagi kemaslahatan umat, dan berinfaq dijalan Allah dalam menegakkan kalimat-Nya.

[40] Faisal H. Basri, *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*, (Jakarta : Erlangga, 1995) H. 186

[41] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Op.cit., h. 37

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pendapatan merupakan hasil dari usaha setiap manusia baik berupa uang, barang ataupun jasa. Islam juga menganjurkan umatnya untuk mendistribusikan pendapatannya baik berupa zakat, shadaqah ataupun yang lainnya. Karena di setiap pendapatan yang di peroleh setiap manusia ada porsinya untuk dibagikan kepada orang lain pula.

Dalam islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum. Sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik (nisab) adalah hal yang paling mendasari dalam sistem distribusi dan retribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.

Distribusi pendapatan dalam rumah tangga akan sangat terkait dengan terminologi *shadaqah.* Pengertian shadaqah disini bukan berarti sedekah dalam konteks pengertian bahasa Indonesia. Karena shadaqah dalam kontek terminologi Al-Qur'an dapat dipahami dalam dua aspek, yaitu: *pertama : shadaqah wajibah* yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis kewajiban. *Kedua : shadaqah nafilah (Sunnah)* yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis amal karitatif, seperti sedekah.[42]

Yang menjadi penekanan dalam konsep distribusi pendapatan adalah adanya hak Allah dan Rasul-Nya serta orang/muslim laindari setiap pendapatan seorang muslim. Hal ini juga diarahkan sebagai bentuk dari

[42] Mustafa Edwin Nasution Et AL, *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam* (Jakarta : Kencana 2007) h. 135

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Takalluf ijtima'i (Jaminan sosial) seorang muslim dengan keluarga dan dengan orang lain, sehingga menjamin terjadinya minimalisasi ketidaksetaraan pendapatan (*unequality income*) dan keadilan sosial (*sosial justice).*

D. Pasar Dalam Perspektif Islam.

1. Mekanisme Pasar Islami

Berdagang adalah aktifitas yang paling umum dilakukan dipasar. Untuk itu teks-teks al-quran selain memberikan stimulasi imperatif untuk berdagang, dilain pihak juga mencerahkan aktifitas tersebut dengan sejumlah rambu-rambu atau aturan main yang bisa diterapkan dipasar dalam upaya menegakkan kepentinagn semua pihak, baik individu ataupun kelompok.[43]

Allah swt tidak hanya menjamin akses yang memudahkan kaum quraisy untuk dapat berperan dalam pasar, bahkan al-quran pun menjabarkan koreksi kepada bangsa arab yang selama itu salah kaprah dengan menyakini bahwa orang akan kehilangan kemuliaan dan kekarismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dipasar. Ketika itu bangsa arab menyakini, tidak sepantasnya seorang nabi mempunyai kativitas dipasar, padahal Allah SWT berfirman dalam surat al-furqaan ayat 20 yang berbunyi :

[43] Ibid h.158

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

وَمَآ أَرۡسَلۡنَا قَبۡلَكَ مِنَ ٱلۡمُرۡسَلِينَ إِلَّآ إِنَّهُمۡ لَيَأۡكُلُونَ ٱلطَّعَامَ وَيَمۡشُونَ فِي ٱلۡأَسۡوَاقِۗ وَجَعَلۡنَا بَعۡضَكُمۡ لِبَعۡضٖ فِتۡنَةً أَتَصۡبِرُونَۗ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرٗا ٢٠

Artinya : Dari kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan dipasar-pasar...(al-furqaan ayat 20)

Konsep islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan bebas (Perfect Competition). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kekebasan yang dibungkus oleh frame aturan syariah.[44]

Pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi. Sebaliknya, biarkan tiap individu dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya. Inilah pola normal dari pasar atau keteraturan alami dalam istilah Al-Ghazali berkait dengan ilustrasi dari evolusi pasar.

Selanjutnya, adam smith menyatakan, serahkan saja pada invisible hand, dan dunia akan teratur dengan sendirinya. Dasar dari keputusan para pelaku ekonomi adalah voluntary, sehingga otoritas dan komando tidak lagi terlalu diperlukan.

Penetapan harga menurut rasul merupakan suatu tindakan yang mendzalimi kepentingan para pedagang, karena pedagang terpaksa untuk

[44] *Ibid*, h. 160

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

menjual barangnya sesuai dengan harga patokan, yang tentunya tidak sesuai dengan keridhaannya.

Hukum asalnya adalah tidak ada penetapan harga (*al-tas'ir*) dan ini merupakan kesepakatan ahli fikih. Imam Ahmad bin Hambal berpendapat bahwa pemimpin tidak berhak untuk menetapkan harga, akan tetapi masyarakat mempunyai kewenangan untuk bisa memperjualbelikan sesuatu menurut apa yang mereka tetapkan. Imam Syafi'i berpendapat bahwa penetapan harga adalah haram, yaitu menetapkan harga barang untuk menyusahkan masyarakat dengan meninggikan harga tersebut dan ini tidak dikhususkan hanya untuk makanan. Hal ini seperti dalam hadis rasulullah yang artinya " *Manusia berkata saat itu ," wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami,' Rasulullah SAW bersabda : 'sesungguhnya Allah adalah penentu harga, ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi Rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.*

Hadis tersebut seolah-olah mampu menembus teori mekanisme pasar (*market mechanic*) pada era sekarang, yaitu kecenderungan dipasar bebas sehingga terjadi perubahan harga, sampai pasar menjadi seimbang (*equilibrium*). Yaitu keadaan dimana jumlah penawaran dan permintaan sama. Pada titik ini tidak ada kekurangan ataupun kelebihan penawaran, dan juga tidak ada tekanan terhadap harga untuk berubah lagi. Dimana masing-masing tingkat harga mampu bergerak sesuai dengan perubahan tingkat permintaan dan penawaran yang terjadi dipasar.[45]

[45] Ika Yunia Fauzia Dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-syari'ah* (Jakarta : Kencana PrenadaMedia Group, 2014) h.203

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam konsep islam penentuan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan (*demand*) dan kekuatan penawaran (*suplay*). Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut hanya terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu pada adanya kekeliruan objek transaksi dalam melakukan transaksi barang tertentu pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian islam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam kerangka keadilan.[46]

2. Pengawasan Pasar

Ajaran islam tidak hanya merekomendasikan sejumlah aturan berbau perintah maupun larangan yang dapat berlaku dipasar. Lebih dari itu, islam juga menggariskan sebuah sistem pengawasan yang dapat dicanangkan dalam melanggengkan mekanisme dan struktur pasar. Para intelektual muslim menyatakan bahwa sistem pengawasan pasar berlaku dalam sistem ganda dan berjenjang, yaitu : pengawasan terhadap diri sendiri (internal) dan pengawasan yang dilakukan pihak lain (eksternal).

a. Pengawasan internal

Setiap muslim meyakini bahwa setiap tindak tanduknya tidak akan luput sedetikpun dari pengawasan Allah SWT. Sang maha mengetahui dari yang tampak dan yang tidak tampak. Untuk aktivitas perdagangan dipasar, individualah yang penting dan bukan komunitas pasar secara keseluruhan ataupun bangsa secara umum. Individu tidak dimaksudkan untuk melayani

[46] Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2011) h. 193.

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

komunitas pasar, melainkan komunitas itulah yang harus melayani individu.

Perilaku yang baik dalam diri seorang pelaku pasar didasarkan atas ajaran islam. Ketika seseorang sudah bersyahadat dan mengaku dirinya sebagai seorang muslim, maka kewajibannya tidak hanya berhenti di wilayah ibadah yang bersifat ritual, seperti shalat. Akan tetapi ketika ia berdagang, memproduksi dan mengkonsumsi suatu barang dan segala macam aktifitas lainnya, harus didasarkan karena motivasi ibadah kepada Allah SWT. Dengan begitu, maka ia akan selalu mengawasi dirinya agar tidak masuk kekawasan yang dilarang oleh Allah SWT.[47]

b. Pengawasan Eksternal

Dalam ajaran islam mengenalkan sistem Hisbah yang berlaku sebagai institusi pengawas pasar. Seorang pengawas pasar dengan kekuatan materinya berlaku sebagai pihak yang mempunyai otoritas untuk menghukum para pelaku pasar yang berlaku negatif. Adapun konsep pengawasan pasar secara islami sebagai berikut :[48]

1. Mengawasi jalannya perekonomian, diantaranya :
   a. Memberikan teguran kepada yang melanggar
   b. Dengan memberikan nasihat, ketika teguran tidak berhasil
   c. Dengan tindakan
   d. Penjara

[47] Ika Yunia Fauzia Dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-syari'ah* (Jakarta : Kencana PrenadaMedia Group, 2014) h.214
[48] *Ibid.* h.215

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2. Menjaga dan mengawasi kemaslahatan publik, diantaranya :
   a. Menghukum seseorang yang menggunakan uangnya untuk hal yang melanggar hukum yang berlaku
   b. Pengawasan terhadap praktek riba
   c. Pengawasan terhadap keuangan individu, jika dianggap merugikan masyarakat maupun hukum.
   d. Membela seseorang yang menjadi korban kejahatan ekonomi
   e. Pelanggaran terhadap ikhtikar
   f. Penetapan harga yang sesuai dengan kemaslahatan produsen dan konsumen.
3. Negara menetapkan jaminan sosial dalam masyarakat, yaitu : negara bertanggung jawab terhadap fakir miskin, anak-anak yatim, dan para pengangguran yang dibiayai oleh kas negara yang dahulunya disebut *Bait al-Mal.*
4. Negara dan pemimpinnya wajib menjaga aset umum. Dan menindak seseorang yang menggunakan dan merusak aset tersebut.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.