

**PELAKSANAAN MEKANISME PASAR  
DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM (studi kasus pasar tradisional  
Desa Buatan kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan  
Memenuhi syarat-syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S. EI)



Disusun oleh:

**WIWIK ANGGRAINI**  
**10725000291**

**PROGRAM S-1  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2011**

## **ABSTRAK**

Di pasar tradisional Desa Buatan para pedagang belum mengikuti aturan, sejak berdirinya pasar tradisional Desa Buatan masalah timbangan tidak pernah lagi ditera oleh pemerintah atau dinas pasar, karena timbangan yang sudah tidak layak dipakai lagi tetapi masih digunakan oleh para pedagang untuk berjualan. Sekarang di pasar tradisional Desa Buatan juga susah mencari ikan yang dihasilkan dari sungai siak karena para pencari ikan dan udang di sungai siak sekarang tidak langsung menjualnya di pasar tradisional Desa Buatan sebelum mereka menjualnya di pasar tradisional Desa Buatan, ikan dan udang hasil tangkapan itu sudah di ambil oleh agen-agen yang akan menjual ikan dan udang itu keluar daerah. Maka sekarang sangat sulit mencari ikan dan udang hasil tangkapan dari sungai siak.

Adapun masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan? Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan?

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Desa Buatan Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak.

Penelitian ini bertujuan, Untuk mengetahui pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan dan untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan.

Adapun subjek yang digunakan di penelitian ini adalah para pedagang di pasar tradisional Desa Buatan, sedangkan yang menjadi objek disini adalah pasar tradisional desa buatan. Sumber data yang digunakan oleh penulis adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pasar tradisional Desa Buatan, data skunder yaitu data yang diambil dari beberapa buku yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti tentang mekanisme pasar dan para pembeli di pasar tradisional Desa Buatan.

Dalam penelitian ini digunakan populasi adalah para pedagang di pasar tradisional Desa Buatan yang berjumlah 314 pedagang. Karena jumlah populasi

cukup besar artinya lebih dari seratus maka penulis mengambil 32 orang atau 10% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Teknik yang digunakan adalah *profit sampling* (pengambilan sampel secara acak, dimana setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel).

Setelah mengadakan penelitian dengan mengumpulkan dan menganalisis data-data yang dibutuhkan serta ditegaskan dengan dalil-dalil yang berkaitan dengan permasalahan, penulis dapat menyimpulkan bahwa secara umum pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan itu adalah secara Konsep Mekanisme Pasar dalam ekonomi Islam adalah bertujuan untuk maslahat dalam setiap kegiatan, meliputi pelaksanaan aturan pasar, persaingan yang sehat, berupa larangan untuk melakukan penimbunan, dan persaingan tidak sehat lainnya, adil dalam takaran dan timbangan, larangan mengkonsumsi ribawi, kejujuran dalam bertransaksi (bermuamalah), kemudahan dan kerelaan dalam pasar. Pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan yaitu para pedagang menjual barang dagangannya sudah baik dalam menentukan harga jual, pedagang melakukan penimbunan barang tetapi ada juga yang tidak menimbun barang dagangannya, pedagang sudah adil dalam takaran timbangan tetapi ada juga yang belum adil dalam takaran timbangan dan jujur dalam bertansaksi. Tinjauan ekonomi Islam tentang Pelaksanaan mekanisme pasar di pasar tradisional Desa Buatan Pada umumnya pelaksanaan mekanisme pasarnya sudah baik tetapi masih ada juga beberapa belum baik. Seperti dalam persaingan berdagang, memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya, harga jual yang diberikan oleh para pembeli, penimbunan barang dagangan demi mengharap nilai yang tinggi, timbangan yang digunakan dalam berjualan.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Metode Penelitian .....	8
E. Statistik Penulisan .....	11
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Desa Buatan .....	13
B. Kondisi Umum Desa Buatan .....	13
C. Pasar Tradisional Desa Buatan .....	18
<b>BAB III : TINJAUAN TEORITIS TENTANG MEKANISME PASAR</b>	
A. Pengertian Mekanisme Pasar.....	20
B. Jenis-jenis dan Fungsi pasar .....	21
C. Keseimbangan pasar .....	30
D. Pengaruh Mekanisme pasar dalam Islam .....	35
E. Konsep Pasar Menurut Ekonomi Islam.....	36
<b>BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Pelaksanaan Mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan .....	42

B. Tinjauan Ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan .....	51
--	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran-saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Dalam pandangan Islam pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang tidak cukup memadai mencapai tujuan ekonomi yang Islami. Secara teoretik maupun vertikal pasar memiliki beberapa kelemahan, misalnya: mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selalu selarasnya antara peyoritas individu dengan sosial atau antara berbagai kebutuhan, adanya kegagalan pasar, ketidak sempurnaan persaingan, dan lain-lain.

Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual bersama-sama untuk membeli dan menjual sumber daya, barang-barang dan jasa, tapi saat ini pengertian tempat (place) dalam definisi ini bukan berarti tempat secara fisik.

Pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.<sup>1</sup>

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya transaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi tersebut.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Suud dan fuadi, 2009:<http://suud83.wordpress.com/2009/03/27/mekanisme-pasar-islami-pengendalian-harga>.

<sup>2</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007). Cet. III h. 13

Mekanisme pasar merupakan mekanisme perniagaan yang paling ideal menghasilkan transaksi yang baik dan di dasarkan oleh *mutual goodwill* (saling menghendaki kebaikan) diantara pelaku-pelakunya, yaitu penjual dan pembeli.<sup>3</sup>

Mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor-faktor produksi dengan cukup efisien dan dapat mendorong perkembangan ekonomi disebabkan karena ia memiliki beberapa kebaikan yang dijelaskan di bawah ini:

1. Pasar dapat memberi informasi yang lebih tepat.
2. Pasar memberikan perangsang untuk mengembangkan kegiatan usaha.
3. Pasar memberi perangsang untuk memperoleh keahlian modern.
4. Pasar menggalakkan penggunaan barang dan faktor produksi secara efisien.<sup>4</sup>

Suatu pola ekonomi yang dialami suatu zaman sangatlah tergantung dari peradaban yang berlaku. Peradaban yang memandang dan tumbuh dari dunia pertanian tidak menjamin sistem perdagangan juga akan tumbuh dan berkembang. Sedangkan peradaban yang tumbuh dan berkembang dari dunia perdagangan sangat memungkinkan mendorong terwujudnya dan terpenuhinya sistem pertanian dan industri. Dunia islami yang pada awalnya memang berawal dari peradaban arab adalah suatu zaman yang telah maju apabila dibandingkan dengan peradaban yang lain, terutama dalam dunia perdagangan.

Islam memiliki rambu-rambu dan aturan main yang dapat diterapkan di pasar dalam upaya menegakkan kepentingan semua pihak, rambu dan aturan

---

<sup>3</sup> Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 101

<sup>4</sup> Sadono Sakirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006). Cet. III h.41-42



tersebut terdapat dalam Al-Quran dan Hadist. Seperti dalam Al-Quran Surat Al-Furqan ayat 7:

وَقَالُوا مَا لِهَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أَنْزَلَ  
إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

Artinya: “*dan mereka berkata: "Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama - sama dengan dia"*”.

Banyak para pemikir-pemikir ekonomi Islam yang berbicara mengenai mekanisme pasar menurut konsep Islam tentunya, seperti diantaranya Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah jelas tidak pernah membaca *Wealth of Nations* karena ia hidup lima abad sebelum kelahiran Adam Smith, bapak ekonomi klasik yang menulis buku termasyur itu. Namun, ketika masyarakat pada masanya beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar, Ibnu Taimiyah langsung membantahnya. Dengan tegas ia mengatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan.<sup>5</sup> Pemikiran Abu Yusuf tentang pasar dapat dijumpai dalam bukunya *Al-Kharaj*. Abu Yusuf mengatakan: “Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal

---

<sup>5</sup> Slamet Wiharto, 2008: <http://slamet-wiharto.blogspot.com/2008/09/mekanisme-pasar-menurut-ekonomi-islam>.

tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah (Sunnatullah).<sup>6</sup>

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli 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. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.<sup>7</sup>

Pasar tradisional dengan kondisi pasar yang becek dan bau, tawar-menawar yang rumit, tidak aman, risiko pengurangan timbangan, penuh sesak, dan sejumlah alasan lainnya. Padahal, pasar tradisional juga masih memiliki beberapa kelebihan di antaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar-menawar antara pedagang dan pembeli.

Pasar minggu, yang lebih dikenal masyarakat kita sebagai pasar murah yang menyuguhkan jajanan pasar beraneka ragam. Mulai dari jajanan home industri hingga produk pabrikan juga tersedia. Menghadapi era modrenisasi pasar, pedagang sepertinya tak perlu khawatir dengan semakin banyaknya swalayan dan market yang berdiri. Bisa dilihat bahwa kebutuhan dan kebiasaan berbelanja di pasar minggu ataupun pasar tradisional sudah melekat dan sulit tergantikan.

Pasar tradisional desa Buatan pada dahulunya adalah bekas lapangan bola kaki yang mana apabila terjadi pasang besar dari sungai siak pasar tradisional desa

---

<sup>6</sup> Abu Yusuf, *Kitab Al-Kharaj*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1779), h. 48

<sup>7</sup> Wikipedia, 2011: <http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>.

buatan akan terendam oleh air waktu setempat pada tahun 1990. Pasar tradisional ini disebut juga sebagai pasar swadaya. Pasar tradisional luasnya lebih kurang dari 2 Hektar.

Pasar tradisional yang terkena pasang besar dari Sungai Siak, lalu di kelola oleh mantan kepala desa buatan dan mantan kepala desa buatan berinisiatif untuk menimbun pasar tersebut agar tidak terkena air lagi jika pasang besar dari sungai siak yang dilakukannya secara pribadi. Untuk menimbun pasar yang terkena banjir membutuhkan lebih kurang 3200 tronton x 18<sup>2</sup> lengkap dengan alat-alatnya seperti eskapator, doser, dan lain-lain. Lokasi tersebut diberikan oleh penduduk dalam bentuk lokasi atau tapak seperti kios dan rumah sejumlah 68 KK waktu itu.<sup>8</sup>

Pasar tradisional desa buatan adanya hanya hari minggu saja dan dibuka pada pukul 06.00 pagi dan tutup pada pukul 13.00 Wib. Pada umumnya para pedagang sayur-sayuran dari para petani dari kecamatan sendiri, sedangkan jenis-jenis sandang itu kebanyakan dari luar daerah seperti dari Sumatra barat, Bengkulu, Sumatra utara dan lain-lain, sedangkan Penduduk lokal hanya 10-15% saja. Penjual ikan dari penduduk lokal hanya sebesar 15% selebihnya dari luar daerah, Para pedagang di pasar tradisional mayoritas Islam.

Di pasar tradisional Desa Buatan para pedagang belum mengikuti aturan, sejak berdirinya pasar tradisional Desa Buatan masalah timbangan tidak pernah lagi ditera oleh pemerintah atau dinas pasar, karena timbangan yang sudah tidak layak dipakai lagi tetapi masih digunakan oleh para pedagang untuk berjualan. Sekarang di pasar tradisional Desa Buatan juga susah mencari ikan yang dihasilkan dari sungai siak karena para pencari ikan dan udang di sungai siak

---

<sup>8</sup> Thambrin Basri, *pengelola pasar tradisional Desa Buatan*, wawancara tanggal 22 juni 2011

sekarang tidak langsung menjualnya di pasar tradisional Desa Buatan sebelum mereka menjualnya di pasar tradisional Desa Buatan, ikan dan udang hasil tangkapan itu sudah di ambil oleh agen-agen yang akan menjual ikan dan udang itu keluar daerah. Maka sekarang sangat sulit mencari ikan dan udang hasil tangkapan dari sungai siak.

Ibu Warni mengatakan timbangan yang digunakan oleh pedagang di pasar tradisional Desa Buatan masih banyak yang tidak sesuai dengan yang ditetapkan, terkadang garis tmbangan lewat 2 garis dari angka nol.

Ibu Icha mengaku sekarang mencari ikan dan udang sungai itu sangat sulit untuk dijual kepasar tradisional Desa Buatan karena sudah diambil oleh agen-agen yang besar untuk dijual keluar daerah.

Ibu Ida mengaku sangat sulit mencari ikan dan udang sungai untuk dibeli karena di pasar tradisional Desa Buatan sudah langakah dengan ikan dan udang sungai, karena ikan dan udang sungai itu sudah banyak di ambil langsung oleh agen-agen besar di Desa Buatan itu untuk dijual kembali keluar daerah.

Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu adanya langkah nyata dari pedagang pasar agar dapat mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya. Para pedagang dipasar tradisional harus mengembangkan strategi dan membangun rencana yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen. Terkait dengan adanya Iuran Pemeliharaan Pasar (IPP), pengelola pasar juga melihat situasi dan kondisi pedagang yang bersangkutan. “Bahkan ada pedagang yang kadang tidak bayar. Kami juga tidak paksakan karena memang kondisinya memprihantinkan.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Rusli. *Ketua IPP pasar tradisional diDesa Buatan*. Wawancara Tanggal 9 Mei 2011

Adapun masalah di sini adalah para pedagang masih banyak belum mengikuti aturan-aturan pasar, seperti: dalam persaingan berdagang, timbangan yang digunakan dalam berjualan belum sesuai dengan aturan pasar dan barang-barang yang susah didapatkan di pasar tradisional Desa Buatan. Barang-barang seperti: udang sungai dan ikan sungai.

Berdasarkan gejala yang terjadi di atas, penulis tertarik terhadap permasalahan yang terjadi dan penulis ingin mengetahui lebih jauh lagi dengan mengadakan penelitian secara ilmiah berupa skripsi dengan judul: “**PELAKSANAAN MEKANISME PASAR ditinjau menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Desa Buatan Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak)**”.

#### **B. Batasan Masalah**

Agar peneliti terarah maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis hanya meneliti bagaimana pelaksanaan mekanisme pasar ditinjau menurut Ekonomi Islam (studi kasus pasar tradisional Desa Buatan Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak).

#### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan?

## **D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan.
- b. Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan.

### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program SI universitas islam negeri sultan syarif kasim pekanbaru Riau.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pecinta ilmu pengetahuan terutama bagi masyarakat lebih mengenal bagaimana pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan, tinjauan ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional desa buatan.
- c. Sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis.
- d. Dapat dijadikan pedoman dan bahan informasi dalam penyusunan tugas akhir bagi generasi seterusnya.

## **E. Metode Penelitian**

### 1. lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar tradisional Desa Buatan kecamatan koto gasib kabupaten siak.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek ini adalah para pedagang dan pembeli dipasar tradisional Desa Buatan sedangkan yang menjadi Objek Penelitian adalah pasar Tradisional Desa Buatan kecamatan koto gasib kabupaten siak.

### 3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian adalah para pedagang di pasar tradisional Desa Buatan yang berjumlah 314 pedagang. Karena jumlah populasi cukup besar artinya lebih dari seratus maka penulis mengambil 32 orang atau 10% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Teknik yang digunakan adalah *profit sampling* (pengambilan sampel secara acak, dimana setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel).

### 4. Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari Pasar tradisional Desa Buatan.
2. Data Skunder, yaitu data yang diambil dari beberapa buku yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti tentang mekanisme pasar dan para pembeli di pasar tradisional Desa Buatan.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan. Di sini Penulis mengamati lokasi pasar tradisional

Desa Buatan, mengamati para pedagang di pasar tradisional Desa Buatan, mengamati para pembeli di pasar tradisional Desa Buatan, mengamati bagaimana pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan dan mendokumentasikan para pedagang dan pembeli di pasar tradisional Desa Buatan.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka (open interview), dimana informan tidak merasa dirinya sedang diwawancarai sehingga informasi yang didapat benar-benar murni tanpa rekayasa. Adapun di sini penulis mewawancarai Thambrin selaku ketua badan pengurus di pasar tradisional Desa Buatan, Rusli selaku ketua IPP di pasar tradisional Desa buatan, Warni sebagai pembeli di pasar tradisional Desa Buatan, Icha sebagai penjual di pasar tradisional Desa Buatan, Ida sebagai pembeli di pasar tradisional Desa Buatan.

c. Angket

Penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis (angket) dengan member alternative jawaban untuk setiap item pertanyaan, kemudian disebarkan kepada responden yang menjadi objek penelitian yang diteliti

d. Analisa Data

Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasikan data-data yang berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara suatu



data dengan data lainnya dihubungkan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

e. Metode Penulisan

1. Deduktif yaitu mengumpulkan fakta-fakta umum kemudian dianalisis dan diuraikan secara khusus.
2. Induktif yaitu mengumpulkan fakta-fakta khusus kemudian dianalisis dan diuraikan secara umum.
3. Deskripsi yaitu mengungkap uraian atas fakta yang diambil dari lokasi penelitian

**F. Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memberikan gambaran secara sistematis mengenai penyusunan karya ilmiah ini, penyusunan penulisan ini dibagi menjadi beberapa bab dan masing-masing bab saling berkaitan yang terdiri dari:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari: Pendahuluan Yang Menjelaskan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Sistematika Penulisan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM**

Terdiri dari: Desa Buatan, Kondisi Desa Buatan, Kondisi Pasar Tradisional Desa Buatan.

**BAB III : TELAAH PUSTAKA**

Terdiri dari: Pengertian Mekanisme Pasar, Fungsi dan jenis-jenis pasar, Pengertian pasar, Pembagian pasar, Keseimbangan pasar, Pengaruh mekanisme pasar dalam islam.

**BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Terdiri dari: pelaksanaan Mekanisme Pasar pada pasar tradisional Desa Buatan, tinjauan ekonomi Islam tentang pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab penutup yang dijelaskan dengan beberapa kesimpulan yang diringkas dari hasil penelitian dan pembahasan, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan beberapa saran.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. DESA BUATAN**

Desa Buatan merupakan desa yang tertua dikecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak. Bermula pada tahun 1936 keinginan kerajaan Aceh untuk menyerang keadaan Gasib, melalui sungai yang mereka buat sendiri menuju sungai hulu sungai puing. Sungai yang dibuat oleh Kerajaan Aceh tersebut diberi nama sungai Buatan, maka oleh sekelompok masyarakat yang tinggal didaerah ini memberi nama Kampung Buatan. Maka oleh itu letak desa buatan ini dipinggir pesisir sungai siak, maka desa ini dijadikan transit bagi perahu maupun kapal untuk perdagangan, sehingga pada tahun-tahun selanjutnya terjadilah perkembangan yang pesat.

#### **A. KONDISI UMUM DESA BUATAN**

##### *1. Keadaan Geografis Pasar*

##### 1. Batas Wilayah

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Tumang
- Sebelah timur berbatasan dengan Desa Sengkemang dan Rantau Panjang
- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pangkalan Pisang
- Sebelah barat berbatasan dengan Desa Buatan I

##### 2. Luas Wilayah

- Luas Wilayah : 8,721 Ha
- Terdiri dari :

- a. Tanah perkebunan : 2,275 Ha

- b. Tanah perkarangan : 25 Ha
- c. Tanah tegalan : 0
- d. Tanah hutan : 6,416 Ha
- e. .... : .....
- f. Dan lain-lain : 5 Ha

3. *Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk*

1. Jumlah penduduk

Jumlah penduduk di Desa Buatan berjumlah 2.573 jiwa yang dapat dilihat pada table dibawah ini:

**TABEL II.1**  
**JUMLAH PENDUDUK MENURUT**  
**JENIS KELAMINNYA**

Jenis Penduduk	Frekuensi
Jumlah penduduk Desa Buatan	2.573 Orang
Jumlah penduduk Laki-laki	1.291 Orang
Jumlah penduduk Perempuan	1.282 Orang
Jumlah KK	648 KK

*Sumber: Statistik Kantor Kepala Desa Buatan, Mei 2011*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Desa Buatan adalah sebanyak 2.573 orang, jumlah penduduk laki-laki adalah sebanyak 1.291 orang, sedangkan jumlah penduduk perempuannya berjumlah 1.282 orang, sedang jumlah KK seluruhnya 648 KK.

2. Kehidupan Beragama

Kehidupan beragama di Desa Buatan menjunjung rasa Nasionalisme artinya saling menjaga antara agama yang satu dengan yang lain, di Desa

Buatan ini memang sebuah Desa yang perlu mendapat penanganan khusus, sebab apa bila kita perhatikan jumlah penganut agama Islam jauh tidak menunjukkan keseimbangannya, jika dibandingkan dengan jumlah penganut agama lain, atau dengan kata lain jumlah agama lain jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan penganut agama Islam, dari jumlah masing-masing penganut agama di Desa Buatan dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL II.2**  
**JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN**  
**AGAMA DAN KEPERCAYAAN**

<b>Jenis Agama</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Islam	1.653 Orang	69%
Protestan	520 Orang	20%
Katolik	300 Orang	9%
Budhah	100 Orang	2%
Hindu	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>2.573</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Statistik Kantor Kepala Desa Buatan, Mei 2011*

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jenis agama di Desa Buatan yaitu Islam berjumlah 1.653 orang atau 69%, protestan berjumlah 520 orang atau 20%, katolik berjumlah 300 orang atau 9%, budha berjumlah 100 orang atau 2%, sedangkan hindu 0 orang atau 0%. Jadi penduduk Desa Buatan mayoritas beragama Islam.

### 3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan di Desa Buatan relatif masih rendah sebagaimana ditunjukkan pada table dibawah ini:

**TABEL II.3**  
**JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN PENDIDIKAN**

<b>Tingkat pendidikan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
Tidak bersekolah	683
SD/Madrasah	547
SMP/Sederajat	599
SMA/SMK/Sederajat	589
Sarjana Muda	75
Strata I (S1)	80
Pasca Sarjana (S2)	0
<b>JUMLAH</b>	<b>2.573</b>

*Sumber: Statistik Kantor Kepala Desa Buatan, Mei 2011*

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dalam jenis pendidikan adalah tidak bersekolah jumlahnya sebesar 683 orang, SD/Madrasah jumlahnya sebesar 547 orang, SMP/Sederajat jumlahnya sebesar 599 orang, SMA/SMK/Sederajat jumlahnya sebesar 589 orang, Sarjana Muda jumlahnya sebesar 75 orang, Strata 1 (S1) jumlahnya sebesar 80 orang, sedangkan Pasca Sarjana (S2) belum ada.

#### 4. Mata Pencaharian

Mata pencaharian masyarakat desa buatan cukup beragam, namun di dominasi oleh petani karet, sebagaimana tertuang dalam table sebagai berikut:

**TABEL II.4**  
**JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN MATA**  
**PENCAHARIAN KECAMATAN KOTO GASIB**

<b>Mata pencaharian</b>	<b>Jumlah (orang)</b>
Pegawai Negeri Sipil	54
Guru	50
TKI	0
Pertanian	572
Industry	0
Perdagangan	360
Jasa lainnya	15
Tidak bekerja	1.522
<b>Jumlah</b>	<b>2.573</b>

*Sumber:* Statistik Kantor Kepala Desa Buatan, Mei 2011

Dari tabel di atas dapat dijelaskan berdasarkan mata pencaharian Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 54 orang, Guru berjumlah 50 orang, TKI tidak ada, Pertanian berjumlah 572 orang, Industry tidak ada, perdagangan berjumlah 360 orang, jasa lainnya berjumlah 15 orang, sedangkan yang tidak bekerja berjumlah 1.522 orang.

#### 4. Pola Penggunaan Tanah

Pola penggunaan tanah desa buatan pada umumnya diperuntukan sebagai lahan perkebunan, peternakan, perikanan, sekolah, tempat ibadah, dan saran olahraga serta kesehatan.

## 5. Pemilik ternak

Dari 648 KK yang ada, 15% KK selain menggantungkan hidup dari pekerjaan tetapnya juga sebagian lahan pemukiman digunakan untuk pemeliharaan ternak antara lain sapi, itik, kerbau, ayam buras atau ayam kampung maupun ayam ras petelur.

### **B. PASAR TRADISIONAL DESA BUATAN**

Pasar tradisional desa Buatan pada dahulunya adalah bekas lapangan bola kaki yang mana apabila terjadi pasang besar dari sungai siak pasar tradisional desa buatan akan terendam oleh air waktu setempat pada tahun 1990. Pasar tradisional ini disebut juga sebagai pasar swadaya. Pasar tradisional luasnya lebih kurang dari 2 Hektar.

Pasar tradisional yang terkena pasang besar dari Sungai Siak, lalu di kelola oleh mantan kepala desa buatan dan mantan kepala desa buatan berinisiatif untuk menimbun pasar tersebut agar tidak terkena air lagi jika pasang besar dari sungai siak yang dilakukannya secara pribadi. Untuk menimbun pasar yang terkena banjir membutuhkan lebih kurang 3200 tronton x 18<sup>2</sup> lengkap dengan alat-alatnya seperti eskapator, doser, dan lain-lain. Lokasi tersebut diberikan oleh penduduk dalam bentuk lokasi atau tapak seperti kios dan rumah sejumlah 68 KK waktu itu.<sup>1</sup>

Pasar tradisional desa buatan adanya hanya hari minggu saja dan dibuka pada pukul 06.00 pagi dan tutup pada pukul 13.00 Wib. Pada umumnya para pedagang sayur-sayuran dari para petani dari kecamatan sendiri, sedangkan jenis-jenis sandang itu kebanyakan dari luar daerah seperti dari Sumatra barat, Bengkulu, Sumatra utara dan lain-lain, sedangkan Peduduk lokal hanya 10-15%

---

<sup>1</sup> Thambrin Basri, *pengelola pasar tradisional Desa Buatan*, wawancara tanggal 22 juni 2011



saja. Penjual ikan dari penduduk lokal hanya sebesar 15% selebihnya dari luar daerah, Para pedagang di pasar tradisional mayoritas Islam.

#### 1. Letak Geografis Pasar Tradisional Desa Buatan

- Utara berbatasan dengan pagar pertamina.
- Barat berbatasan dengan jalan besar.
- Selatan berbatasan dengan lahan masyarakat.
- Timur berbatasan dengan lapangan bola kaki.

#### 2. Tujuan Pasar Tradisional Desa Buatan

Untuk menghimpun lokasi yang baik untuk menunjang ekonomi masyarakat lokal yang wirausaha dan untuk menghindari penduduk Desa Buatan yang tidak terarah penjualannya yang sebelumnya berjualan di atas parit di depan mesjid di pinggir Sungai Siak.

## **BAB III**

### **TINJAUAN TEORITIS TENTANG MEKANISME PASAR**

#### **A. Pengertian Mekanisme Pasar**

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya transaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi tersebut.<sup>1</sup>

Mekanisme pasar adalah kecenderungan pasar bebas untuk perubahan harga sampai pasar jadi seimbang (clear) yakni sampai jumlah penawaran dan permintaan sama (seimbang).<sup>2</sup>

Mekanisme dapat diartikan bahwa harga bergerak bebas sesuai hukum permintaan dan penawaran (supply and demand). Mekanisme menciptakan kestabilan ekonomi suatu bangsa bahkan perekonomian dunia, dengan syarat pemerintahan jangan ikut campur dalam aktivitas perekonomian, melalui mekanisme pasar cenderung akan tercipta struktur pasar persaingan sempurna, yang mencerminkan kekuatan konsumen sebanding dengan kekuatan produsen, hal ini berarti praktek monopoli perdagangan relative dapat dihindari. Hilangnya monopoli perdagangan, juga dapat meningkatkan efisiensi dalam perekonomian, sebab tagan-tagan pemerintah tidak ikut campur berebut mendulang profit, atau berebut merekayasa komoditas public menjadi berharga pasar.

---

<sup>1</sup> Adiwarman A. Karim, *Loc. Cit*

<sup>2</sup> Robert. Pindick & Daniel L. Rubinfeld, *Mikro Ekonomi*, ahli bahasa Kurnia Dewi Nina, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), edisi VI, Jil I, hal 28

Mekanisme pasar berarti cara kerja pasar yang merupakan sarana penyediaan kebutuhan-kebutuhan hidup dan sekaligus tempat para konsumen dan produsen mengadakan transaksi jual beli.<sup>3</sup>

Menurut Thomas Aquinas mekanisme pasar adalah yang berhubungan dengan perniagaan, harga yang adil, kepemilikan dan riba. Harga pasar haruslah terjadi dalam pasar yang kompetitif dan tidak boleh ada penipuan.

Menurut Ibn Taimiyah peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar.<sup>4</sup>

Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan.

Memaksa orang agar menjual berbagai benda yang tidak diharuskan untuk menjualnya atau melarang mereka menjual barang-barang yang diperbolehkan untuk dijual, merupakan suatu hal yang tidak adil dan karenanya melanggar hukum

## **B. Fungsi Dan Jenis-Jenis Pasar**

Fungsi pasar terbagi atas lima bagian antaranya adalah:

1. Menetapkan nilai
2. Pasar mengorganisasi produk
3. Pasar mendistribusikan produk

---

<sup>3</sup> Hamzah Ahmad dan Ananda Santoso, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Fajar Mulya, 1996), Cet. Ke-2, h. 250

<sup>4</sup> Adiwarman A. Karim, *opcit* 142-144

4. Pasar menyelenggarakan penjatahan (rationing)

Penjatahan adalah inti dari terjadinya harga, sebab penjatahan membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia.

5. Pasar menyediakan barang dan jasa untuk keperluan di masa yang akan datang.<sup>5</sup>

Pada dasarnya pasar dibagi dalam beberapa golongan yaitu sebagai berikut:

1. Pasar berdasarkan wujudnya

- a. *Pasar konkret (pasar nyata)* merupakan pasar yang menunjukkan suatu tempat terjadinya hubungan secara langsung (tatap muka) antara pembeli dan penjual. Barang yang diperjual belikan pun berada di tempat tersebut. Misalnya pasar-pasar tradisional dan swalayan.
- b. *Pasar Abstrak (tidak nyata)* merupakan pasar yang menunjukkan hubungan antara penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung, barangnya tidak secara langsung dapat diperoleh pembeli. Misalnya, pasar modal di Bursa Efek Indonesia.

2. Berdasarkan Waktu Terjadinya

- a. *Pasar Harian* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap hari. Misalnya pasar pagi, toserba, dan warung-warung.
- b. *Pasar mingguan* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu minggu sekali. Misalnya pasar senin atau pasar minggu yang ada di daerah pedesaan.

---

<sup>5</sup> Richard A. Bilas, *Teori mikroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1981) h. 5-6

- c. *Pasar bulanan* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu bulan sekali. Dalam aktivitasnya bisa satu hari atau lebih. Misalnya, pasar yang biasa terjadi di depan kantor-kantor tempat pensiunan atau purnawirawan yang mengambil uang tunjangan pensiunannya tiap awal bulan.
- d. *Pasar tahunan* merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap satu tahun sekali. Kejadian pasar ini biasanya lebih dari satu hari, bahkan bisa mencapai lebih dari satu bulan. Misalnya Pekan Raya Jakarta, pasar malam, dan pameran pembangunan.
- e. *Pasar temporer* merupakan pasar yang dapat terjadi sewaktu-waktu dalam waktu yang tidak tentu (tidak rutin) pasar ini biasanya terjadi pada peristiwa tertentu. Misalnya pasar murah, bazar, dan pasar karena ada perayaan kemerdekaan RI.

### 3. Berdasarkan Luas Jangkauannya

- a. *Pasar lokal* merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah tertentu saja.
- b. *Pasar nasional* merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah dalam suatu negara. Misalnya, pasar kayu putih di Ambon dan pasar tembakau di Deli.
- c. *Pasar internasional* penjual dan pembeli dari berbagai negara. Misalnya pasar tembakau di Bremen Jerman.

### 4. Berdasarkan Hubungannya Dengan Proses Produksi

- a. *Pasar output (pasar produk)* merupakan pasar yang memperjualbelikan barang-barang hasil produksi (biasanya dalam bentuk jadi).
- b. *Pasar input (pasar faktor produksi)* merupakan interaksi antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa sebagai masukan pada suatu proses produksi (sumber daya alam, berupa bahan tambang, hasil pertanian, tanah, tenaga kerja, dan barang modal).

5. Berdasarkan Strukturnya (Jumlah Penjual Dan Pembeli)

- a. *Pasar persaingan sempurna* merupakan sebuah jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produk 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 di pasar ini bersifat homogen dan tidak dapat dibedakan. Semua produk terlihat identik.
- b. Pasar persaingan tidak sempurna, yang terdiri atas:
  - 1) *Pasar monopoli* (dari bahasa Yunani: monos, satu + polein, menjual) adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai “monopolis”.
  - 2) *Pasar oligopoli* adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.

3) *Pasar persaingan monopolistik* adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Penjual pada pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki karakter tersendiri yang membedakannya dengan produk lainnya. Contohnya adalah : shampoo, pasta gigi, dan lain-lain. Meskipun fungsi semua shampoo sama yakni untuk membersihkan rambut, tetapi setiap produk yang dihasilkan produsen yang berbeda memiliki ciri khusus, misalnya perbedaan aroma, perbedaan warna, kemasan, dan lain-lain.

4) *Pasar monopsoni* merupakan bentuk pasar yang dilihat dari segi permintaan atau pembelinya. Dalam hal ini pembeli memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Dalam pengertian ini, pasar monopsoni adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran di mana permintaannya atau pembeli hanya satu perusahaan.

5) *Pasar oligopsoni* adalah bentuk pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen. Contoh Telkom, indosat, Mobile-8, excelcomindo adalah beberapa perusahaan pembeli infrastruktur telekomunikasi seluler.

Ada empat jenis/tipe pasar tersebut adalah:

1. Pasar konsumen (*consumer market*)

Pasar ini terdiri dari perorangan atau rumah tangga yang membeli atau memperoleh produk (barang atau jasa) untuk dikonsumsi atau dipakai sendiri dan tidak untuk diperdagangkan. Para konsumen secara rasional

akan membeli produk dengan pertimbangan kualitas, yaitu dapat dipakai dengan baik, dapat meningkatkan efisiensi atau harga yang paling murah.

2. Pasar produsen (*producer market*)

Pasar ini terdiri dari perorangan atau organisasi yang membeli atau memperoleh produk (barang atau jasa) untuk digunakan dalam proses produksi atau operasi lebih lanjut, yang kemudian hasilnya dijual atau disewakan kepada pihak lain.

3. Pasar pedagang (*reseller market*)

Pasar ini terdiri dari perorangan atau organisasi yang biasa disebut pedagang perantara, yaitu dealer dan distributor, yang terdiri dari pedagang besar, pengecer dan pedagang perantara lainnya, yang membeli produk (barang atau jasa) untuk dijual lagi kepada produsen, pedagang lainnya, atau konsumen akhir.

4. Pasar pemerintah (*Government Market*)

Pasar ini terdiri dari instansi pemerintah, yang membeli atau menyewa produk untuk membantu atau melaksanakan fungsi operasional dalam pemerintahan. Instansi pemerintah dalam hal ini terdiri dari instansi pemerintah pusat, lembaga tertinggi dan tinggi Negara, instansi pemerintah daerah tingkat satu, instansi pemerintah daerah tingkat dua, kecamatan dan kelurahan.<sup>6</sup>

---

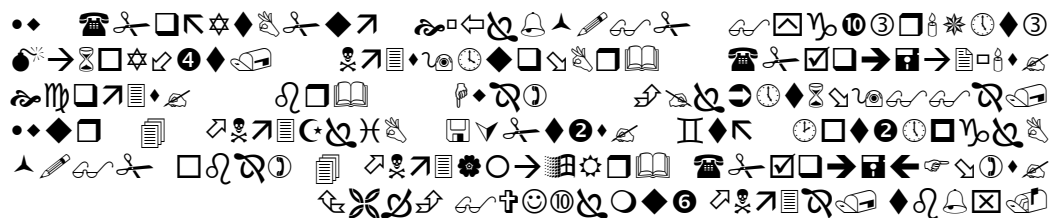
<sup>6</sup> Sofyan Assauri, *manajemen pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo, 1996), Cet.5, hal. 136-138.



Pasar adalah sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan.<sup>7</sup>

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya. Pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>8</sup>

Pasar tradisional Desa Buatan merupakan salah satu pasar yang di dalamnya terjadi sangat banyak transaksi jual beli dalam setiap minggu, baik dalam skala kecil maupun besar. Sebagaimana mestinya melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli hendaknya meminta kerelaan atau keridhaan masing-masing pihak untuk melepaskan hak miliknya. Sebagaimana yang diatur oleh Al-Qur'an dalam surah An-Nisa' ayat 29:



*Artinya: "hai orang-orang yang beriman jangan lah kamu memakan harta sesame kamu dengan jalan batil kecuali dengan perniagaan yang berlaku suka sama suka (ridha) diantara kamu".*

Ayat di atas menjelaskan dengan tegas bagi orang-orang yang melakukan perdagangan dan pembeli hendaknya mengetahui bahwa halalnya perdagangan adalah saling meridhai antara pembeli dan penjual. Allah SWT melarang hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan jalan batil, seperti

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *strategi pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1995), Edisi.III, hal. 59

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *manajemen pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal.98

penipuan, pemalsuan, menggunakan sumpah dan mencari keuntungan yang tidak sah serta melanggar syari'at seperti riba, perjudian dan yang sejenisnya.

Jual beli adalah salah satu perbuatan yang merupakan perwujudan dari sikap tolong menolong antar sesama manusia, yaitu tolong-menolong dalam hal memenuhi kebutuhan masing-masing. Namun tidak selamanya perbuatan baik itu akan bernilai baik, ketika terjadi kecurangan, kebohongan dan hal-hal buruk lainnya maka perbuatan baik seseorang akan menjadi tidak baik bahkan dapat menzolimin salah satu pihak.

Berdasarkan konsep manajemen pemasaran, pasar dapat dibagi menjadi empat golongan yaitu:

1. Pasar konsumen merupakan macam pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau keluarga untuk penggunaan pribadi (tidak untuk bisnis).
2. Pasar industry adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi untuk digunakan pada produksi barang atau jasa lain, baik untuk dijual maupun disewakan (dipakai untuk diproses lebih lanjut).
3. Pasar penjual kembali (*Reseller*) adalah suatu pasar yang terdiri dari perorangan dan atau organisasi yang biasa disebut para pedagang menengah (middlemen) yang terdiri dari dealer, distributor, grossier, agent dan retailer. Kesemua reseller ini melakukan penjualan kembali dalam rangka mendapatkan keuntungan.

4. Pasar pemerintah merupakan pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk menjalankan tugas-tugas pemerintah, perhubungan, kesehatan.<sup>9</sup>

Pasar menurut Philip Kotler yang melihat arti pasar dalam beberapa sisi anatara lain:

5. Dalam pengertian aslinya: pasar adalah suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
6. Bagi seorang ekonom: pasar adalah semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang/jasa tertentu. Para ekonom memang lebih tertarik akan srtuktur, tingkah laku dan performans dari masing-masing pasar.
7. Bagi seorang pemasar: pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial daripada suatu produk.<sup>10</sup>

Tiga karakteristik pasar diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Minat

Minat adalah mengestimasi jumlah konsumen yang mempunyai minat potensial untuk membeli barang/jasa yang dihasilkan.

2. Pendapatan

Keberhasilan pemasar dalam mendapatkan data tentang minat konsumen pada prinsipnya belum cukup untuk menentukan suatu pasar, karena yang

---

<sup>9</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia, 2005), h. 29-30

<sup>10</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-dasar pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), cet. II h.73-75

disebut konsumen potensial harus memiliki pendapatan yang memadai untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

### 3. Akses

Hal ketiga yang harus diperhatikan oleh pemasar adalah hambatan atau perintang jangkauan mengurangi luasnya pasar.

## **C. KESEIMBAGAN PASAR**

Dalam konsep ekonomi islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini tidak terjadi bila antara penjual dan pembeli tidak 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. Dalam ekonomi Islam keseimbangan pasar mempertimbangkan beberapa hal:

1. Dalam konsep Islam monopoli, duopoli, oligopoli tidak dilarang keberadaannya selama mereka tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal.
2. Kondisi pasar yang kompetitif mendorong segala sesuatunya menjadi terbuka.
3. Produsen dilarang melakukan praktek perdagangan demi keuntungan pribadi dengan cara memapak pedagang di pinggir kota, mendapatkan

keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari satu kota terhadap harga yang berlaku di kota lain.

4. Konsep Islam melarang penimbunan karena alasan untuk mencari keuntungan dari kelangkaan barang di pasar.
5. Islam melarang kaum muslimin untuk bertindak curang.
6. Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang tinggi.
7. Jual beli dilakukan dengan keadaan nilai barang yang sama.<sup>11</sup>

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba.<sup>12</sup>

Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat harga adalah sebagai berikut:

1. *Keadaan perekonomian*

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode di mana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.

2. *Penawaran dan permintaan*

---

<sup>11</sup> Heri Sudarsono, *Konsep ekonomi Islam suatu pengantar*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2002) h. 216-218

<sup>12</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukojo, *pengantar bisnis modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1999), hal. 211

*Permintaan* adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar.

*Penawaran* merupakan suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

### 3. *Elastisitas Permintaan*

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah *sifat permintaan pasar*. Sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

### 4. *Persaingan*

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*). Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula terjadi keadaan persaingan lainnya:

#### a. *Persaingan tidak sempurna*

Untuk barang-barang yang dihasilkan dari pabrik (barang-barang manufaktur) dengan merek tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan

dalam pemasaran. Disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis dengan merek lain.

b. Oligopoli

Dalam keadaan oligopoly beberapa penjual menguasai pasar, sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi dari pada kalau dalam persaingan sempurna.

c. Monopoli

Dalam keadaan monopoli jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu, sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: permintaan barang bersangkutan, harga barang-barang substitusi/pengganti, peraturan harga dari pemerintahan.

5. *Biaya*

*Biaya* merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, akan menghasilkan keuntungan.

6. *Pengawasan pemerintah*

Pengawasan pemerintah merupakan faktor penting dalam menentukan harga.<sup>13</sup>

Dalam menetapkan harga jual perlu dipertimbangkan beberapa hal, antara lain:

1. Harga pokok barang.

---

<sup>13</sup> *Ibid* hal. 211-215

2. Harga barang jenis.
3. Daya beli masyarakat.
4. Jangka waktu perputaran modal.
5. Peraturan-peraturan.<sup>14</sup>

Harga keseimbangan adalah harga pada saat jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Kuantitas keseimbangan dicapai apabila jumlah barang yang dibeli atau dijual adalah sama, pada harga keseimbangan.

Faktor-faktor penghambat keseimbangan pasar adalah:

1. Hanya ada satu produsen di pasar, sehingga memungkinkan terjadinya monopoli, yaitu produsen dapat memperlakukan harga pasar.
2. Adanya kolusi, korupsi, dan nepotisme diantara produsen atau konsumen yang dapat menghilangkan kompetisi dan persaingan di antara mereka secara sehat.
3. Adanya persetujuan, baik formal maupun tidak formal, diantara produsen yang bertujuan untuk membatasi kompetisi yang diantara mereka.
4. Konsumen tidak mempunyai informasi yang rinci mengenai kualitas dan indentifikasi lain dari barang-barang yang di tawarkan di pasar sehingga terjadi kesalahan dalam pembayaran harga dan jumlah barang.
5. Campur tangan pemerintah yang berlebihan dalam penetapan upah atau harga di pasar dapat menghalangi mekanisme pasar menuju arah keseimbangan pasar secara otomatis.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Sudarsono, *pengantar ekonomi perusahaan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), hal. 225



#### **D. PENGARUH MEKANISME PASAR DALAM ISLAM**

Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam menentukan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalkan faktor produksi yang ada di dalamnya. Pengaruh lain dari mekanisme pasar yang Islami, adalah:

1. Harga lebih ditentukan oleh mekanisme pasar, dimana mekanisme ini dibentuk oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.
2. Bila pasar tidak bisa menjamin kestabilan harga dan harga yang terjadi merugikan salah satu pihak dalam pasar tersebut produsen atau konsumen maka pemerintah harus ikut turut campur tangan dengan cara mengeluarkan kebijakan-kebijakan langsung yang mempengaruhi pasar dengan motif bahwa hal itu diperlukan untuk menjaga kesinambungan perniagaan dalam kehidupan masyarakat.
3. Pemerintah bertanggung jawab dalam menindak pelaku pasar yang cenderung merusak, dengan menghapus praktek penimbunan barang, pembajakan, pasar gelap dan sejenisnya.
4. Dengan dasar bahwa pasar merupakan representasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, maka dalam islam tidak mengambilposisi kaku dalam menggunakan system ekonomi seperti pemahaman bahwa sistemekonomi Islam harus beda dengan system ekonomi kapitalis dan sosialis.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Tony Hartono, *mekanisme ekonomi dalam konteks ekonomi Indonesia*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) Cet. I h. 39-42

<sup>16</sup> Heri Sudarsono (2002), *op cit* h. 229-230

## **E. KONSEP PASAR MENURUT ISLAM**

### **1. Urgensi Pasar Dalam Menetapkan Harga**

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. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli, baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda.

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme, dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar. Dimana para penguasa atau pemodal mengendalikan harga sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil *supply and demand* yang ada dalam pasar tersebut, melainkan ketentuan dari para pemodal. Kemudian berdampak pada minimnya *perfect competition*, yang pada akhirnya persaingan pasarpun tidak sehat atau mandul.<sup>17</sup>

### **2. Pasar Dalam Mengalokasikan Sumber Ekonomi**

Dalam sistem Ekonomi Islam, pasar yang ada bersandarkan atas etika dan nilai syari'ah, baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun himbauan. Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridho Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama disamping kesejahteraan individu.

Pasar merupakan bagian terpenting dalam kehidupan seorang muslim. Pasar dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan *transcendental* muslim dengan

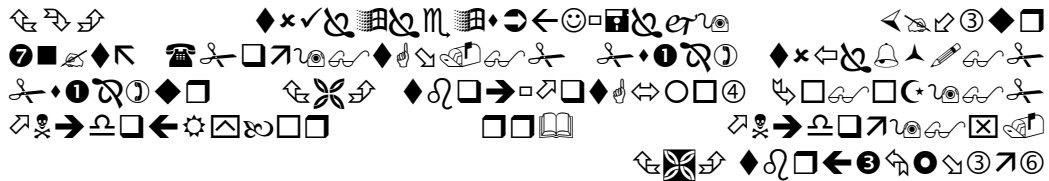
---

<sup>17</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2004), cet-1, h. 76-77



Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar. Hal tersebut dimaksudkan untuk menghindari praktek kecurangan yang dapat mengakibatkan kedzaliman bagi suatu pihak.

Allah berfirman ayat Al-Muthaffifin: 1-3



Artinya: “kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.” (Al- Muthaffifin: 1-3).

Ali as Shabuni menjelaskan, Allah akan menghancurkan kaum yang melakukan kecurangan atas timbangan dan takaran.

b. Larangan mengkonsumsi Ribawi

Syariat Islam melarang mengkonsumsi dan memberdayakan ribawi. Allah akan mengancam memberikan siksaan yang pedih bagi orang yang mengkonsumsi maupun yang memberdayakan ribawi.

c. Kejujuran dalam bertransaksi (bermuamalah)

Syariat Islam sangat konsen terhadap anjuran dalam berpegang teguh terhadap nilai-nilai kejujuran dalam bertransaksi.

d. Larangan Ba’I Najasy

Ba’I Najasy adalah transaksi jual beli dimana si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik pula untuk membeli. Si penawar sendiri tidak bermaksud untuk

benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli.

e. Larangan *Talaqi al-Wafida'in* (menjemput penjual)

Rasullah melarang untuk melakukan *Talaqi al-Wafida'in* (menjemput penjual) dalam arti kita menjemput penjual atas barang dagangannya diluar kota sebelum penjual tersebut sampai pada pasar. Transaksi tersebut tidak diperbolehkan adanya ketidakeimbangan informasi tentang harga yang berlaku dipasar.

Rasullah bersabda, yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar: *“janganlah kalian menjemput barang dagangan, sehingga barang tersebut turun kepasar.”*

f. Larangan menjual barang yang belum sempurna kepemilikannya

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

g. Larangan penimbunan

Rasullah bersabda: *“Barang siapa melakukan Ikhtikar, dengan tujuan untuk menaikkan harga atas kaum muslimin maka orang itu berdosa, dan dia telah bebas dzimmah (tanggungannya) Allah dan Rasul-Nya”.*

h. Konsep kemudahan dan kerelaan dalam pasar

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

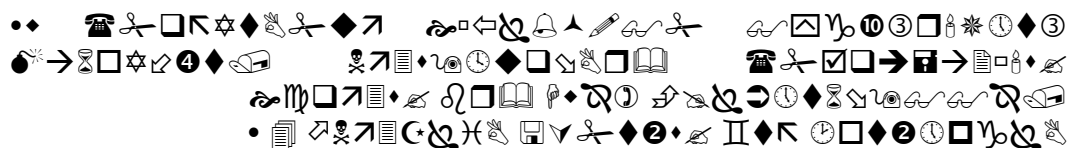
mencerminkan keridhaan dan kerelaan masing-masing pihak dalam menentukan beberapa kesepakatan dalam bertransaksi.<sup>18</sup>

#### 4. Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam

##### a. Larangan Intervensi Harga

Pelarangan atas intervensi harga berdasarkan atas hadis Nabi. Suatu kali masyarakat datang kepada Nabi untuk meminta Nabi menurunkan harga-harga yang ada dipasar, dimana pada saat itu harga-harga di pasar mengalami kenaikan. Akan tetapi, Nabi menolak melakukan penurunan harga. Nabi bersabda: “*Sesungguhnya Allah yang telah menetapkan harga.*” Dalam sebuah hadis lain diceritakan, ada seorang lelaki datang kepada Nabi seraya minta untuk menurunkan harga, namun Nabi menyuruh orang tersebut untuk berdoa kepada Allah. Kemudian datang lelaki lain dengan maksud yang sama, Nabi bersabda: “*Allah-lah yang telah menaikkan dan menurunkan harga.*” (Ibnu Taimyah, Al Hisbah).

Ada sebuah ayat yang menjelaskan tentang prinsip kerelaan dan keridhaan para pelaku pasar dalam melakukan transaksi, dimana pembeli diberikan kebebasan dalam menetapkan harga sebuah komoditas, sehingga intervensi harga tidak berlaku dalam kondisi ini. Dalam surat An-Nissa ayat 29:



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 di antara kamu...*”

---

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 80-83

b. Pembolehan dan Kewajiban Melakukan  
Intervensi Harga

Ibnu Taimiyyah dan Ibnu Qoyyim menjelaskan, pelarangan ulama atas intervensi harga berdasarkan atas pemahaman mereka terhadap teks hadist (*zhahir hadis*), bukan terhadap konteks hadis. Namun, larangan tersebut tidak bersifat mutlak dan dlaruri (wajib), apabila Nabi menginginkan adanya larangan tersebut secara mutlak, mungkin kata-kata yang digunakan Nabi memakai kalimat (*sighat*); Jangan, atau tidak diperbolehkan, dan sebagainya. Ada kemungkinan pelarangan Nabi atas intervensi harga adalah tidak ditemukan kondisi yang mengharuskan melakukannya, atau kenaikan harga yang ada masih berjalan normal dan bukan merupakan akibat distorsi pasar, harga terbentuk berdasarkan atas kekuatan *supply and demand*. Apabila intervensi dilakukan, kemungkinan akan menimbulkan kedzoliman bagi pihak tertentu.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Pelaksanaan Mekanisme Pasar Pada Pasar Tradisional Desa Buatan.

Untuk mengetahui pelaksanaan mekanisme pasar, penulis mengambil data melalui angket yang telah disebarakan kepada pedagang. Adapun hasil tanggapan responden dari angket tersebut penulis tampilkan dalam daftar tabel sebagai berikut:

**TABEL IV. 1**  
**MENGIKUTI ATURAN-ATURAN YANG**  
**TELAH DITETAPKAN OLEH BADAN PENGURUS**  
**PASAR TRADISIONAL DESA BUATAN**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentasi (%)
A	Setuju	26	81,25%
B	Tidak Setuju	3	9,375 %
C	Kurang Setuju	3	9,375 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

*Sumber:* Data olahan hasil penelitin

Opsi A sebanyak 26 orang (81,25%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 3 orang (9,375%), yang menjawab opsi C sebanyak 3 orang (9,375%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang Mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Badan Pengurus pasar tradisional Desa Buatan. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "A" yaitu setuju sebanyak 26 orang (81,25%).

Selanjutnya untuk mengetahui ketidakadilan dalam mendapatkan tempat berjualan dari badan pengurus pasar tradisional Desa Buatan dapat dilihat pada table berikut:



**TABEL IV. 2**  
**KETIDAK ADILAN DALAM MENDAPATKAN**  
**TEMPAT BERJUALAN DARI BADAN PENGURUS**  
**PASAR TRADISIONAL DESA BUATAN**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentasi (%)
A	Setuju	0	0%
B	Tidak Setuju	18	56,25 %
C	Kurang Setuju	14	43,75 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

*Sumber:* Data olahan hasil peneliti

Opsi A sebanyak 0 orang (0%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 18 orang (56,25%), yang menjawab opsi C sebanyak 14 orang (43,75%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang keadilan dalam mendapatkan tempat berjualan dari badan pengurus pasar tradisional desa buatan. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "B" yaitu tidak setuju sebanyak 18 orang (56,25%).

Selanjutnya untuk mengetahui Pedagang telah menjaga kebersihan di pasar tradisional Desa Buatan dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.3**  
**PEDAGANG TELAH MENJAGA KEBERSIHAN**  
**DI PASAR TRADISIONAL DESA BUATAN**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	31	96,875 %
B	Tidak Setuju	1	3,125 %
C	Kurang Setuju	0	0%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 31 orang (96,875 %), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 1 orang (3,125 %), yang menjawab opsi C sebanyak 0 orang (0%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang keadilan dalam mendapatkan tempat berjualan dari badan pengurus pasar tradisional desa buatan. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "A" yaitu setuju sebanyak 31 orang (96,875 %).

Selanjutnya untuk mengetahui persaingan berdagang dipasar tradisional Desa Buatan sangat berat dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.4**  
**PERSAINGAN BERDAGANG DI PASAR**  
**TRADISIONAL DESA BUATAN**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	15	46,875 %
B	Tidak Setuju	7	21,875 %
C	Kurang Setuju	10	31,25%
	Jumlah	32	100%

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 15 orang (46,875 %), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 7 orang (21,875 %), yang menjawab opsi C sebanyak 10 orang (31,25%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang persaingan berdagang dipasar tradisional Desa Buatan sangat berat. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "A" yaitu setuju sebanyak 15 orang (46,875 %).

Selanjutnya untuk mengetahui perlakuan yang baik dari badan pengurus pasar tradisional Desa Buatan dapat dilihat pada table berikut:

**TABLE IV.5**  
**PERLAKUAN YANG BAIK DARI BADAN PENGURUS**  
**PASAR TRADISIONAL DESA BUATAN**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentasi (%)
A	Setuju	20	62,5%
B	Tidak Setuju	5	15,625 %
C	Kurang Setuju	7	21,875 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

*Sumber:* Data olahan hasil peneliti

Opsi A sebanyak 20 orang (62,5%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 5 orang (15,625%), yang menjawab opsi C sebanyak 7 orang (21,875%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang perlakuan yang baik dari badan pengurus pasar tradisional Desa Buatan. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "A" yaitu setuju sebanyak 20 orang (62,5%).

Selanjutnya untuk mengetahui pedagang tidak hanya mencari keuntungan semata-mata tetapi juga mencari persaudaraan dengan pembeli dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.6**  
**PEDAGANG TIDAK HANYA MENCARI**  
**KEUNTUNGAN SEMATA-MATA TETAPI JUGA**  
**MENCARI PERSAUDARAAN DENGAN PEMBELI**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	30	93,75 %
B	Tidak Setuju	0	0%
C	Kurang Setuju	2	6,25 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 30 orang (93,75 %), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 0 orang (0 %), yang menjawab opsi C sebanyak 2 orang (6,25%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang persaingan berdagang dipasar tradisional Desa Buatan sangat berat. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi "A" yaitu setuju sebanyak 30 orang (93,75 %).

Selanjutnya untuk mengetahui pedagang memaksa pembeli untuk membeli dagangannya dapat dilihat pada table berikut:

**TABLE IV.7**  
**PEDAGANG MEMAKSA PEMBELI UNTUK MEMBELI**  
**BARANG DAGANGANNYA**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentasi (%)
A	Setuju	7	21,875 %
B	Tidak Setuju	15	46,875 %
C	Kurang Setuju	10	31,25%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

*Sumber:* Data olahan hasil penelitin

Opsi A sebanyak 7 orang (21,875%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 15 orang (46,875%), yang menjawab opsi C sebanyak 10 orang (31,25%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang pedagang memaksa pembeli untuk membeli dagangannya. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “B” yaitu tidak setuju sebanyak 15 orang (46,875%).

Selanjutnya untuk mengetahui harga jual yang diberikan kepada pembeli adalah wajar dapat dilihat pada table berikut:

**TABLE IV.8  
HARGA JUAL YANG DIBERIKAN KEPADA  
PEMBELI ADALAH WAJAR**

<b>No</b>	<b>Tanggapan Responden</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentasi (%)</b>
A	Setuju	20	62,5 %
B	Tidak Setuju	7	21,875 %
C	Kurang Setuju	5	15,625%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

*Sumber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 20 orang (62,5%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 7 orang (21,875%), yang menjawab opsi C sebanyak 5 orang (15,625%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang harga jual yang diberikan kepada pembeli adalah wajar. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “A” yaitu setuju sebanyak 20 orang (62,5%).

Selanjutnya untuk mengetahui Menjual barang yang telah rusak dan menyembunyikan didalam barang-barang yang bagus dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.9**  
**MENJUAL BARANG YANG TELAH RUSAK**  
**DAN MENYEMBUNYIKAN DI DALAM**  
**BARANG-BARANG YANG BAGUS**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
1	Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	30	93,75 %
3	Kurang Setuju	2	6,25 %
<b>4</b>	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 0 orang (0%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 30 orang (93,75 %), yang menjawab opsi C sebanyak 2 orang (6,25%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang Menjual barang yang telah rusak dan menyembunyikan di dalam barang-barang yang bagus. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “B” yaitu tidak setuju sebanyak 30 orang (93,75 %).

Selanjutnya untuk mengetahui mudah mencari informasi tentang barang-barang yang boleh dijual dan tidak boleh dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.10**  
**MUDAH MENCARI INFORMASI TENTANG**  
**BARANG-BARANG YANG BOLEH DJUAL DAN TIDAK BOLEH**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	20	62,5%
B	Tidak Setuju	3	9,375 %
C	Kurang Setuju	9	28,125 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 20 orang (62,5%), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 3 orang (9,375 %), yang menjawab opsi C sebanyak 9 orang (28,125%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang mudah mencari informasi tentang barang-barang yang boleh dijual dan tidak boleh. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “A” yaitu setuju sebanyak 20 orang (62,5%).

Selanjutnya untuk mengetahui Penimbunan barang dagangan demi mengharap nilai yang tinggi dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.11**  
**PENIMBUNAN BARANG DAGANGAN DEMI**  
**MENGHARAP NILAI YANG TINGGI**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	5	15,625 %
B	Tidak Setuju	17	53,125%
C	Kurang Setuju	10	31,25 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 5 orang (15,625 %), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 17 orang (53,125 %), yang menjawab opsi C sebanyak 10 orang (31,25%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang Penimbunan barang dagangan demi mengharap nilai yang tinggi. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “B” yaitu tidak setuju sebanyak 17 orang (53,125 %).

Selanjutnya untuk mengetahui Timbangan yang digunakan sudah sesuai dengan aturan yang berlaku dapat dilihat pada table berikut:

**TABEL IV.12**  
**TIMBANGAN YANG DIGUNAKAN SUDAH SESUAI**  
**DENGAN ATURAN YANG BERLAKU**

No	Tanggapan Responden	Responden	Persentase (%)
A	Setuju	22	68,75%
B	Tidak Setuju	3	9,375%
C	Kurang Setuju	7	21,875 %
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Suber:* Data olahan hasil penelitian

Opsi A sebanyak 22 orang (68,75 %), sedangkan yang menjawab opsi B sebanyak 3 orang (9,375 %), yang menjawab opsi C sebanyak 7 orang (21,875%).

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang timbangan yang digunakan sudah sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “A” yaitu setuju sebanyak 22 orang (68,75 %).



## **B. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Pelaksanaan Mekanisme Pasar Pada Pasar Tradisional Desa Buatan.**

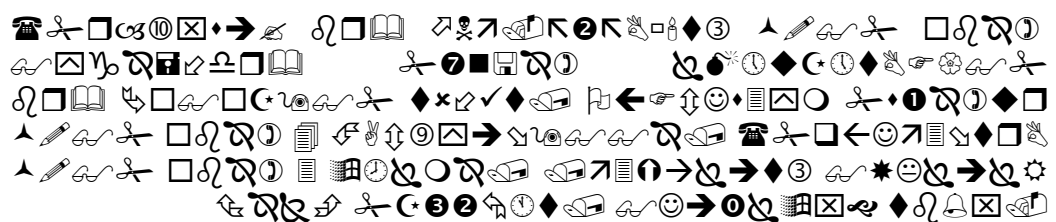
Salah satu hal yang harus dijadikan landasan dasar oleh para pedagang dalam melaksanakan profesinya adalah mengamalkan ajaran Islam bahwasannya kehidupan dunia merupakan jembatan untuk menuju kehidupan selanjutnya yang kekal abadi yakni kehidupan akhirat. Jika seorang pedagang benar-benar berpegang kepada prinsip ini seorang pedagang tidak akan melakukan kecurangan, penipuan dan hal-hal lain yang dapat menimbulkan dosa dalam perdagangan. Karena dengan prinsip ini seseorang mengetahui pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan bukanlah hanya dengan manusia, pertanggung jawaban sebenarnya adalah pertanggung jawaban dihadapan Allah SWT. Sebagaimana diterangkan dalam Al-Qur'an surah Al-Zilzalah ayat 7-8:

﴿مَنْ أَعْطَىٰ ظَهْرَهُ فَإِنَّ ظَهْرَهُ ظَهَرَ النَّارِ لَا يَصْعَقُ ۗ﴾  
﴿مَنْ أَعْطَىٰ ظَهْرَهُ فَإِنَّ ظَهْرَهُ ظَهَرَ النَّارِ لَا يَصْعَقُ ۗ﴾  
﴿مَنْ أَعْطَىٰ ظَهْرَهُ فَإِنَّ ظَهْرَهُ ظَهَرَ النَّارِ لَا يَصْعَقُ ۗ﴾

*Artinya: “Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarahpun, niscaya dia akan melihat balasannya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarahpun niscaya dia melihat balsannya”.*

Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh ketentuan-ketentuan pasar, yakni kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yakni keadaan di mana salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain.

Dari hasil penelitian penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam pasar tradisional Desa Buatan Badan Pengurus pasar sudah memiliki rasa keadilan, tidak menzolimi dan ada dasar munakahat, para pedagang juga sudah mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh badan pengurus pasar tradisional Desa Buatan, dan sudah sesuai dengan hukum syariah. Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat 58:



Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat".

Di dalam pasar tradisional Desa Buatan para pedagang dan pembeli juga harus menjaga kebersihan dan keindahan pasar tersebut. Dipasar tradisional Desa Buatan para pedagang dan pembeli sudah menjaga kebersihan dan keindahan pasar dengan baik, yang dilakukan para pedagang dan pembeli sudah sesuai dengan syari'at Islam.

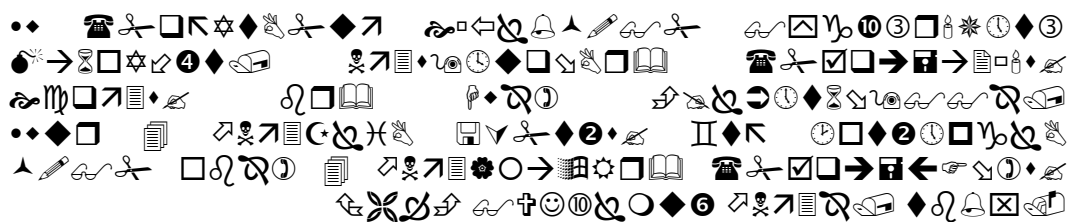
Harga adalah harga pada saat jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Kuantitas keseimbangan dicapai apabila jumlah barang yang dibeli atau dijual adalah sama, pada harga keseimbangan.

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang.

1. *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidak tahuan penjual dari kampung akan harga yang berlaku di kota.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit.
3. Menyembunyikan barang yang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
4. Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang, karena takaran kurma basah ketika kering bisa tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
5. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya.
6. *Transaksi Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
7. *Ikhtikar* dilarang, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
8. *Ghaban faa-hisy* (besar) dilarang yakni menjual di atas harga pasar.

Salah satu landasan yang sangat mendasar yang seharusnya dilakukan

dalam berdagang adalah yang berasal dari Al-Qur'an pada surah An-Nisa ayat 29:





*mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang ini menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan Semesta Alam ini”.*

Setiap perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dengan sadar akan memiliki nilai, yaitu bernilai baik atau buruk. Penilaian tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, lingkungan masyarakat ataupun diri kita sendiri.

Dari hasil penelitian penulis mengambil kesimpulan tentang para pedagang yang menawarkan harga barang dagangannya, mereka sudah wajar memberikan harga kepada pembeli dan pedagang dalam mengambil keuntungan tidak terlalu besar. Para pedagang mengambil keuntungan hanya 5% dari harga awal, harga yang diambil dari agen yang menjual barang-barang dagangan yang akan dijual kembali oleh mereka. Dalam menawarkan harga dan pengambilan keuntungan para pedagang belum mengikuti ketentuan Islam dalam berdagang.

Para pedagang ada juga yang menimbun barang dagangannya untuk mengharapkan nilai yang lebih tinggi dan ada juga yang tidak menimbun barang dagangannya karena itu hanya menyulitkan orang yang membutuhkan barang tersebut karena tidak baik juga disisi Allah. Didalam Islam penimbunan barang itu sangat tidak diperbolehkan karena menyulitkan orang yang membutuhkan barang itu semua. Sebagian besar para pedang sudah mengikuti syari'at Islam dan hanya sebagian kecil yang tidak mengikuti syari'at Islam. Timbangan yang digunakan oleh pedagang sudah baik tetapi masih ada beberapa yang belum baik.

Pelaksanaan mekanisme pasar di pasar tradisional Desa Buatan merupakan kegiatan atau pekerjaan satu kali seminggu bagi para pedagang, karena pasar

tradisional Desa Buatan merupakan salah satu pasar yang ada di buatan yang beroperasi seminggu sekali, dari pagi sampai sore hari. Pada dasarnya perdagangan merupakan suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji untuk dilakukan, karena dengan perdagangan seseorang dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Namun tidak selamanya perdagangan dapat bernilai baik dan mulia, yaitu ketika terjadi kecurangan, kebohongan, ketidakadilan dan penzoliman terhadap salah satu pihak maka perdagangan menjadi perbuatan buruk disisi Allah SWT maupun bagi manusia sebagai makhluk sosial.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Konsep Mekanisme Pasar dalam ekonomi Islam adalah bertujuan untuk maslahat dalam setiap kegiatan, meliputi pelaksanaan aturan pasar, persaingan yang sehat, berupa larangan untuk melakukan penimbunan, dan persaingan tidak sehat lainnya, adil dalam takaran dan timbangan, larangan mengkonsumsi ribawi, kejujuran dalam bertransaksi (bermuamalah), kemudahan dan kerelaan dalam pasar.
2. Pelaksanaan mekanisme pasar pada pasar tradisional Desa Buatan yaitu para pedagang menjual barang dagangannya sudah baik dalam menentukan harga jual, pedagang melakukan penimbunan barang tetapi ada juga yang tidak menimbun barang dagangannya, pedagang sudah adil dalam takaran timbangan tetapi ada juga yang belum adil dalam takaran timbangan dan jujur dalam bertansaksi.
3. Tinjauan ekonomi Islam tentang Pelaksanaan mekanisme pasar di pasar tradisional Desa Buatan pada dasarnya perdagangan merupakan suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji untuk dilakukan, karena dengan perdagangan seseorang dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Pada umumnya pelaksanaan mekanisme pasarnya sudah baik tetapi masih ada juga beberapa belum baik. Seperti dalam persaingan

berdagang, memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya, harga jual yang diberikan oleh para pembeli, penimbunan barang dagangan demi mengharap nilai yang tinggi, timbangan yang digunakan dalam berjualan.

## **B. SARAN**

Ada beberapa saran-saran yang disampaikan atau dikembangkan oleh penulis dalam karya tulis ini adalah:

1. Diharapkan dengan adanya karya ilmiah ini seluruh insan akademik dapat lebih memahami tentang pelaksanaan mekanisme pasar terhadap pasar tradisional menurut Ekonomi Islam.
2. Hendaklah seorang pedagang dalam melakukan usaha selalu ingat akhirat. Jadi setiap perbuatan yang berorientasi kepada akhirat akan dijalankan sesuai dengan perintah agama dan bernilai ibadah disisi Allah SAW.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Hamzah dan Santoso, Ananda, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Fajar Mulya, 1996)
- Angipora, Marius P, *Dasar-dasar pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002)
- Assauri, Sofjan, *manajemen pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- \_\_\_\_\_, *manajemen pemasaran*, ( Jakarta: RajaGrafindo, 1996)
- Bilas, Richard, *Teori mikroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1981).
- Dimiyati, 2009: <http://didim76.multiply.com/jurnal/item/5>.
- Hartono, Tony, *Mekanisme ekonomi dalam konteks ekonomi Indonesia*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006).
- Karim, Adiwarmen A, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007)
- Marthon, Sa'ad Said, *Ekonomi Islam Ditengah Krisis Global*, Terjemahan Ahmad Ikhrom, (Jakarta: Zikrum Hakim, 2004)
- Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007)
- Muflih, Muhammad, *Prilaku konsumen dalam perspektif ilmu ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006)
- Pindick Robert S & Rubinfeld Daniel L, ahli bahasa Kurni Dewi Nina, *Mikro Ekonomi*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), Edisi VI, jil I
- Sakirno, Sadono, *Mikroekonomi teori pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006).
- Schiffman, leon dan Kanuk Leslie Lazar, *Prilaku konsumen*, (Jakarta: PT Indeks, 2008)
- Sudarsono. Heri, *Konsep Ekonomi Islam suatu pengantar*, (Yogyakarta: EKONISIA Fakultas Ekonomi UII, 2002).
- Sudarsono, *pengantar ekonomi perusahaan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992).
- Suud dan fuadi, 2009:<http://suud83.wordpress.com/2009/03/27/mekanisme-pasar-islami-pengendalian-harga>.
- Swastha, Basu dan Sukojo, Ibnu, *pengantar bisnis modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1999).

Tjiptono, Fandy, *strategi pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1995).

Umar, Husein, *Riset pemasaran dab prilaku konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005)

Wiharto, Slamet, 2008: <http://slamet-wiharto.blogspot.com/2008/09/mekanisme-pasar-menurut-ekonomi-islam.html>. Html.

Wikipedia, 2011: <http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>

Yusuf, Abu, *Kitab Al-Kharaj*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1779).