

**STRATEGI PENGELOLAAN PASAR PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Pasar Tradisional Desa Pongko Kecamatan
Walenrang Utara Kabupaten Luwu)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

Ani

18 0303 0061

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**STRATEGI PENGELOLAAN PASAR PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Pasar Tradisional Desa Pongko Kecamatan
Walenrang Utara Kabupaten Luwu)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

Ani

18 0303 0061

Pembimbing:

- 1. Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag.**
- 2. H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si.**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani
NIM : 18 0303 0061
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 06 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,

Materai

Ani
NIM: 18 0303 0061

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pengelolaan Pasar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi pada Pasar Tradisional Desa Pongko Kecamatan Walenrang Utara Kabupaten Luwu) yang ditulis oleh Ani NIM 18 0303 0061, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat tanggal 6 Oktober 2023 M bertepatan dengan 20 Rabiul Awal 1445 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Hukum (SH).

Palopo, 9 Oktober 2023

TIM PENGUJI

1. Dr. Muhammad. Tahmid Nur, M.A Ketua Sidang ()
2. Dr. Haris Kulle, Lc. M.Ag Sekretaris Sidang ()
3. Dr. Rahmawati, M.Ag. Penguji I ()
4. Rizka Amelia Armin, S.IP., M.Si. Penguji II ()
5. Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag. Pembimbing I ()
6. Mukhtaram Ayyubi, S.EI., M.Si. Pembimbing II ()

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Syariah

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Muhammad. Tahmid Nur, M.Ag
NIP. 19740630 200501 004

Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H
NIP. 199204162018012003

PRAKATA

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَيَّ رَسُولِ اللَّهِ وَعَلَىٰ آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمُنَىٰ آلَاءِهِ، أَمَا بَعْدُ

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya serta kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul strategi pengelolaan pasar perspektif hukum ekonomi syariah (studi pada pasar tradisional desa Pongko Kecamatan Walenrang Utara Kabupaten Luwu) yang telah melalui proses yang sangat panjang.

Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW kepada keluarga dan sahabat. Penelitian ini disusun sebagai syarat kelulusan guna memperoleh gelar sarjana Hukum dalam bidang Hukum dan Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih terkhusus kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Sattu dan Ibunda Marada yang telah mengasuh dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang sejak lahir ke dunia hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya semoga Allah SWT. membalas semuanya dengan kebaikan yang berlipat ganda aamiin, selain itu peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh keikhlasan dan ketulusan dari hati kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Wakil Rektor bidang Akademik dan Pembangunan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat Yusmad S.H.,M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, dimana tempat penulis menimbah ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Syariah IAIN Palopo, Dr. M. Tahmid Nur, Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan yaitu, Dr. Haris Kulle, Lc. M.Ag, Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan yaitu Ilham, S.Ag., M.Ag, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yaitu, Dr. Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Ketua Progran Studi Hukum Ekonomi Syariah yaitu, Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H., dan Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yaitu, Hardianto, S.H., M.H. yang telah memberikan masukan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
4. Kepada pembimbing I yaitu, Muh. Darwis, S.Ag.,M.Ag dan pembimbing II yaitu, H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si yang telah banyak memberikan kontribusi dalam bentuk bimbingan serta arahan dalam melaksanakan penelitian sehingga penelitian ini dapat terselesaikan
5. Penguji I Dr. Rahmawati. M.Ag dan penguji II Rizka Amelia Armin,S.IP., M.Si yang telah banyak memberikan arahan untuk penyelesaian skripsi ini

6. Bapak H. Mukhtaram Ayyubi, S.El., M.Si selaku dosen penasehat akademik
7. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan penelitian ini.
8. Kepala Unit Perpustakaan, Abu Bakar, S.Pd.,M.Pd beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literature yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
9. Kepada saudara dan saudari ku tercinta, Abdul Rahman S.pd, Sriana S.E, Husnayanti, Jumardi, Yakub Ahmar, Rias Ahmar dan Adriansyah yang telah memberikan kontribusi yang sangat banyak baik berupa doa maupun materi.
10. Kepada sahabat ku tercinta Helfiyanti, S.H, Aminah Sandakal, S.H, Cici Febrianty S.H, yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan penelitian ini.
11. Kepada semua teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 (Khususnya HES B) yang selama ini membantu dan memberikan saran dalam penyelesaian penelitian ini.

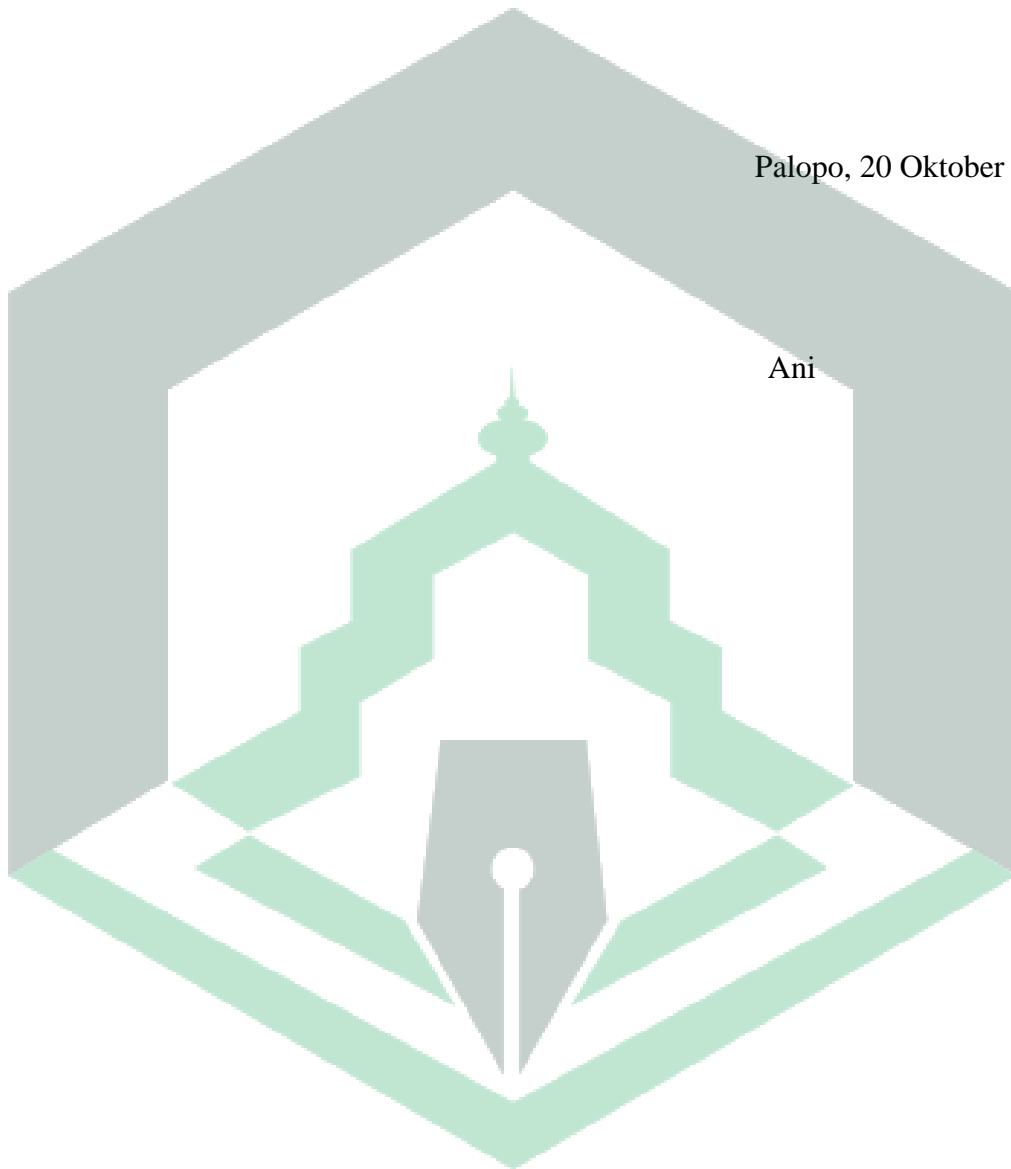
Semoga Allah SWT, membalas segala jasa kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian studi dan penyelesaian skripsi ini dan mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT Aamiin.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan

kritik peneliti terima dengan hati yang ikhlas. Semoga penelitian ini bisa menjadi salah satu wujud penelitian yang bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Palopo, 20 Oktober 2022

Ani



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	ṣ	es(dengantitikdiatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	kadonha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	Ḑ	zet(dengantitikdiatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdanye
ص	ṣad	ṣ	es(dengantitikdibawah)
ض	ḍad	ḍ	de(dengantitikdibawah)
ط	ṭa	ṭ	te(dengantitikdibawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet(dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	apostrofterbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	HurufLatin	Nama
أَ	<i>Fathah</i>	A	A
إِ	<i>Kasrah</i>	I	I
أُ	<i>Dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	HurufLatin	Nama
أَيَّ	<i>Fathah danyā</i>	Ai	a dani
أَوَّ	<i>Fathahdanwau</i>	Au	a danu

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوَّلَ : haula

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... آ...	<i>fathah dan alifatauyā</i>	Ā	adangarisdiatas
إِ	<i>kasrah dan yā</i>	Ī	idangarisdiatas
أُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	udangarisdiatas

Contoh:

مَاتَ : māta
رَمَى : ramā
قِيلَ : qīla
يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk *tā'marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā'marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atf ā'l*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fa ā'dilah*
الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: <i>'Alī</i> (bukan <i>'Aliyy</i> atau <i>'Aly</i>)
عَرَبِيٌّ	: <i>'Arabī</i> (bukan <i>'Arabiyy</i> atau <i>'Araby</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (<i>az-zalzalāh</i>)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penelitian Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Syarḥ al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlaḥah

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنَا اللّٰهِ *dīnullāh billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْفِيْرَ حَمَةِ اللّٰهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata

sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fḥi al-Qur'ān

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al- Tūfi

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyud, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt	= <i>Subhanallahu wa ta'ala</i>
Saw	= <i>Sallallahu alaihi wa sallam</i>
As	= <i>'alahi al salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
I	= Sebelum Masehi
W	= Lahir tahun (untuk orang masih hidup saja)
Q.S	= <i>Qur'an Surah</i>
H.R	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xviii
DAFTAR HADIS	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Relevansi kajian penelitian terdahulu.....	6
B. Teori yang relevan.....	8
C. Kerangka pikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN HUKUM	29
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Fokus Penelitian.....	40
C. Definisi Istilah.....	40
D. Sumber Data.....	41
E. Subjek Penelitian.....	42
F. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
B. Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang.....	47
C. Implementasi Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang.....	58

D. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pengelolaan Pasar di
Desa Pongko dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang..... 64

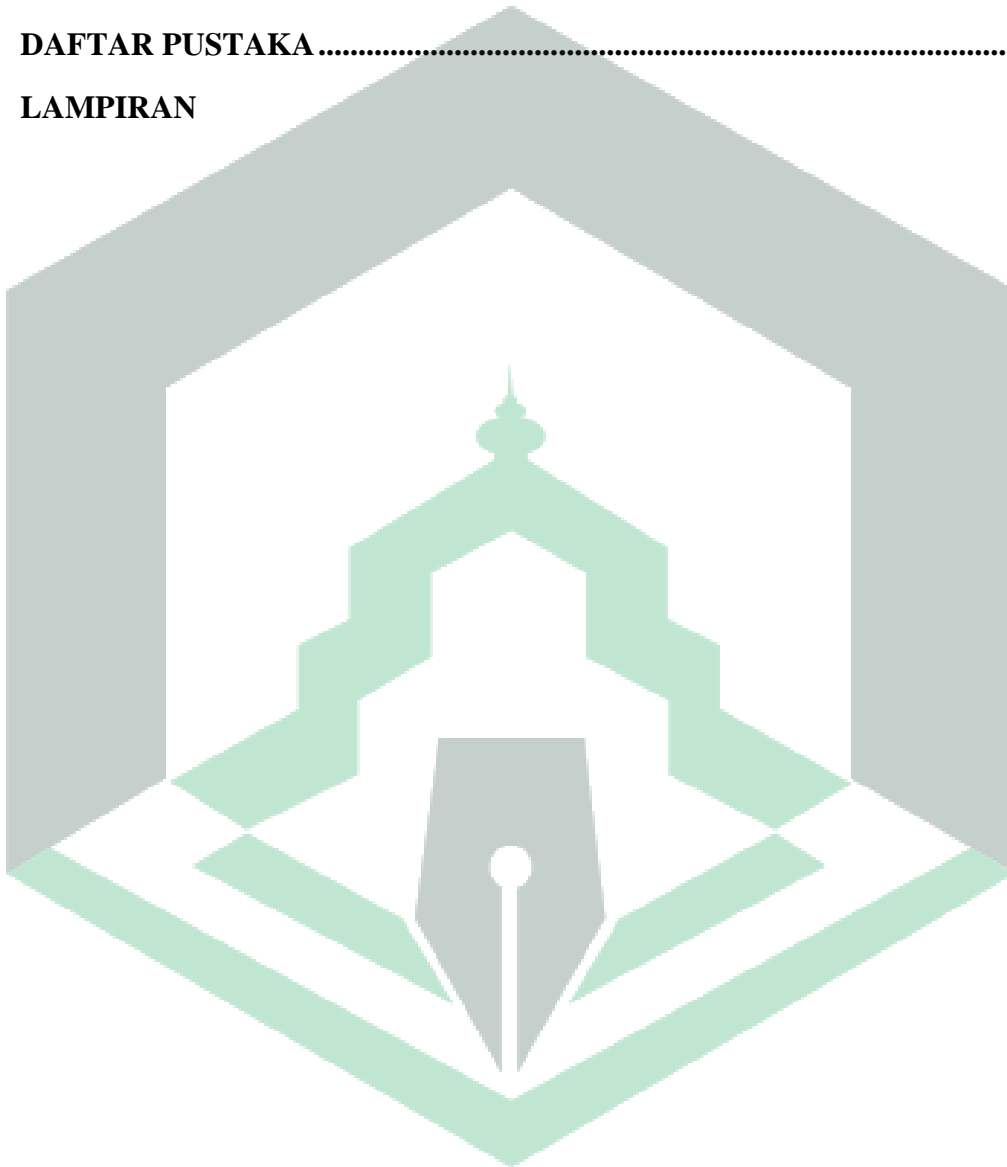
BAB V PENUTUP..... 70

A. Kesimpulan 70

B. Saran..... 71

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS. Al- Mulk 2-3.....	17
Kutipan Ayat 2 QS. Al- Baqarah 42	18
Kutipan Ayat 3 QS. Al- Nisa 59	64



DAFTAR HADIS

Kaidah Fiqih konsep kemaslahatan.....	68
Fatwa Imam Syafi’I tentang kedudukan Imam.....	69



DAFTAR TABEL

Table 4.1 Pendapatan Pedagang.....	53
------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan (SK)

Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 3 Berita Acara Ujian Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 4 Halaman Pengesahan Proposal Skripsi

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

Lampiran 6 Pedoman Wawancara

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 9 Berita Acara Ujian Seminar Hasil Penelitian

Lampiran 10 Halaman Persetujuan Tim Penguji

Lampiran 11 Nota Dinas Tim Penguji

Lampiran 12 Berita Acara Ujian Munaqasyah

Lampiran 13 Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Syariah IAIN Palopo

Lampiran 14 Hasil Cek Plagiasi Skripsi

Lampiran 15 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Ani, 2023. “*Strategi Pengelolaan Pasar Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi pada Pasar Tradisional desa Pongko kecamatan Walenrang Utara kabupaten Luwu)*. Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh.Darwis dan Mukhtaram Ayyubi.

Skripsi ini membahas tentang strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui tentang strategi pengelolaan pasar di desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang; Untuk mengetahui tentang perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pengelolaan pasar di desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yang digunakan bersifat penelitian lapangan (*field research*). Populasinya adalah kepala desa Pongko, sekertaris desa, kepala pasar, dan beberapa pedagang. Pengambilan sampel dilakukan dengan tehnik *probability samplinf* tipe *proportionate stratified random sampling*. Sampale yang digunakan, sebanyak 6 orang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis dengan *path analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pengelolaan pasar tradisional Pongko masih belum dikelola secara maksimal karena diketahui masih banyak pedagang yang tidak memiliki kios/los di pasar tersebut, kemudian ketika ada kebijakan untuk masuk menyewa los justru membuat banyak pedagang mengalami penurunan pendapatan, hal ini menjadi tanda tanya apakah kebijakan dan pengelolaan pasar tradisional Pongko menguntungkan bagi pedagang atau justru membuat pendapatan pedagang menurun. Namun secara garis besar dalam perspektif hukum ekonomi syariah pengelolaan dan kebijakan yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait sudah sesuai dengan hukum Islam yaitu . adanya kemaslahatan bagi setiap masyarakat yang bertransaksi di pasar tradisional tersebut, tapi tidak menutup kemungkinan bahwa pengelolaan pada pasar tradisional Pongko belum berpacu pada peningkatan pendapatan pedagang.

Kata Kunci: *Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, strategi pengelolaan pasar.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, dan juga bangunan pasar biasanya terdiri dari kios-kios, losd dan dasaran terbuka yang dibuat oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional masih menjadi wadah utama penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat seperti hasil dari para petani, nelayan, pedagang barang kerajinan tangan dan produk industri rumah tangga (industri rakyat), seperti bahan-bahan makanan berupa sayur-sayuran, ikan, ayam, pakaian, telur dan lain-lain.

Pasar juga merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi dan salah satu penggerak dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Para pedagang perlu diedukasi agar mendapatkan pendapatan yang maksimal. Sistem manajemen pengelolaan dan keuangan dibuat sebersih mungkin agar selalu bisa diawasi oleh pedagang dan pembeli. Pasar tradisional pada dasarnya dapat dikelola dengan manajemen sederhana, baik itu orangnya atau teknologinya.¹

Teknologi secara sederhana dapat menggunakan teknologi konstruksi yang cukup untuk memberikan kekokohan bangunan, sanitasi yang baik, lantai

¹ Anonim, “*Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional*” <http://suarakomunitas.net>, diakses pada sabtu, 4 Juni 2022, pukul 15.12 WITA

kering dan tidak licin, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup, dan jalur antar blok yang membuat pembeli mudah bergerak dari satu blok ke blok lain, kemudian perlu ditambahkan papan pengumuman yang berisikan peta tata letak dari blok-blok itu sendiri.²

Pasar tradisional memiliki posisi khusus didalam pemerintahan Indonesia karena keberadaan pasar tradisional menjadi pusat ekonomi masyarakat, ketergantungan pedagang kecil pada keberadaan pasar tradisional membuat pemerintah sebagai regulator perlu melindungi dan memberdayakan.³ Kebijakan telah dibuat antara lain dalam peraturan menteri dalam negeri Republik Indonesia (PERMENDAGRI) Nomor 20 Tahun 2012 tentang pengelolaan dan pemberdayaan pasar Tradisional. Peraturan tersebut mengatur tentang berbagai aspek agar pasar tradisional tetap dapat dimanfaatkan konsumen sebagai pusat perbelanjaan guna memenuhi kebutuhan.

Seperti halnya masyarakat yang bertempat tinggal di Desa Pongko Kecamatan Walenrang Utara merupakan seorang pedagang yang berdagang dipasar tradisionalyang ada di daerah tersebut. Jikamelihat keadaan pasar yang tidak menentu terkadang ramai dan juga sepi pembeli, dapatkah masyarakat yang hanya menggantungkan hidupnya dengan berdagang di pasar tersebut dapat mencukupi kehidupannya sehari-hari. Dan ditambah dengan beberapa tahun terakhir ini pasar tradisional menghadapi tantangan berat dengan kian masifnya penetrasi pusat perbelanjaan dan toko modern. Dengan adanya pasar

² Parlin Nainggolan, "Pentingnya Manajemen Strategi bagi Organisasi dan Perusahaan", tanggal 29 Juni 2011, <http://ekonomi.kompasiana.com.>, diakses pada 04 Juni 2022 pukul 14.02 WITA.

³ Redaksi gotimes, "Jokowi: Pasar Tradisional Jangan Kalah dengan Pasar Modern" dalam <http://geotimes.co.id>, diakses pada 05 Juni 2022 pukul 12.39 WITA.

modern pastinya para pedagang di pasar tradisional tersebut merasa cemas jika nantinya para konsumen beralih kepada pasar modern. Berdasarkan kondisi yang memprihatinkan tersebut tentunya menimbulkan keresahan pada pedagang yang berjualan di pasar tersebut.

Pengelola pasar untuk konteks ini perlu dibantu dalam meningkatkan kapasitas dan pemberdayaan pasar, memanfaatkan potensi yang dimilikinya secara mandiri dan terakomodasi dalam pertumbuhan pasar, sesuai dengan ketentuan dan tuntutan perkembangan zaman. Disisi lain, Pemerintah Daerah Kabupaten Kota juga mempunyai kewajiban memfasilitasi dan memberikan fasilitas baik perlindungan, pembinaan maupun pelayanan melalui pembaharuan sikap dan mentalitas pengelolaan pasar tanpa meninggalkan unsur tradisional yang mencakupi penataan dan pembinaan kelembagaan, serta pengembangan dan pengawasan, mulai dari perencanaan, arah kebijakan, administrasi dan keuangan, pengembangan serta penyerasian dan sebagainya.⁴ Adanya hubungan yang kuat dan jelas antara pengelola, pedagang, dan pemerintah daerah ini akan memungkinkan pasar tradisional makin maju.

Dari serangkaian latar belakang yang dipaparkan dan dengan melihat tingkat pencapaian usaha yang diperoleh pada Pasar di Desa Pongko, maka penyusun tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” (Studi di Pasar Desa Pongko, Kec. Walenrang, Kab. Luwu).

⁴J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi.terj. Julianto Agung*(Yogyakarta: Andi, 2009),3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan di bahas adalah:

1. Bagaimana strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang?
2. Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan disamping sebagai salah satu persyaratan wajib dalam penyelesaian studi, juga untuk mengembangkan pemahaman yang lebih jelas dan mendalam mengenai beberapa hal, yaitu:

1. Untuk mengetahui tentang strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang
2. Untuk menjelaskan tentang perspektif hukum ekonomi syariah terhadap pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan mampu manfaat sebagai berikut:

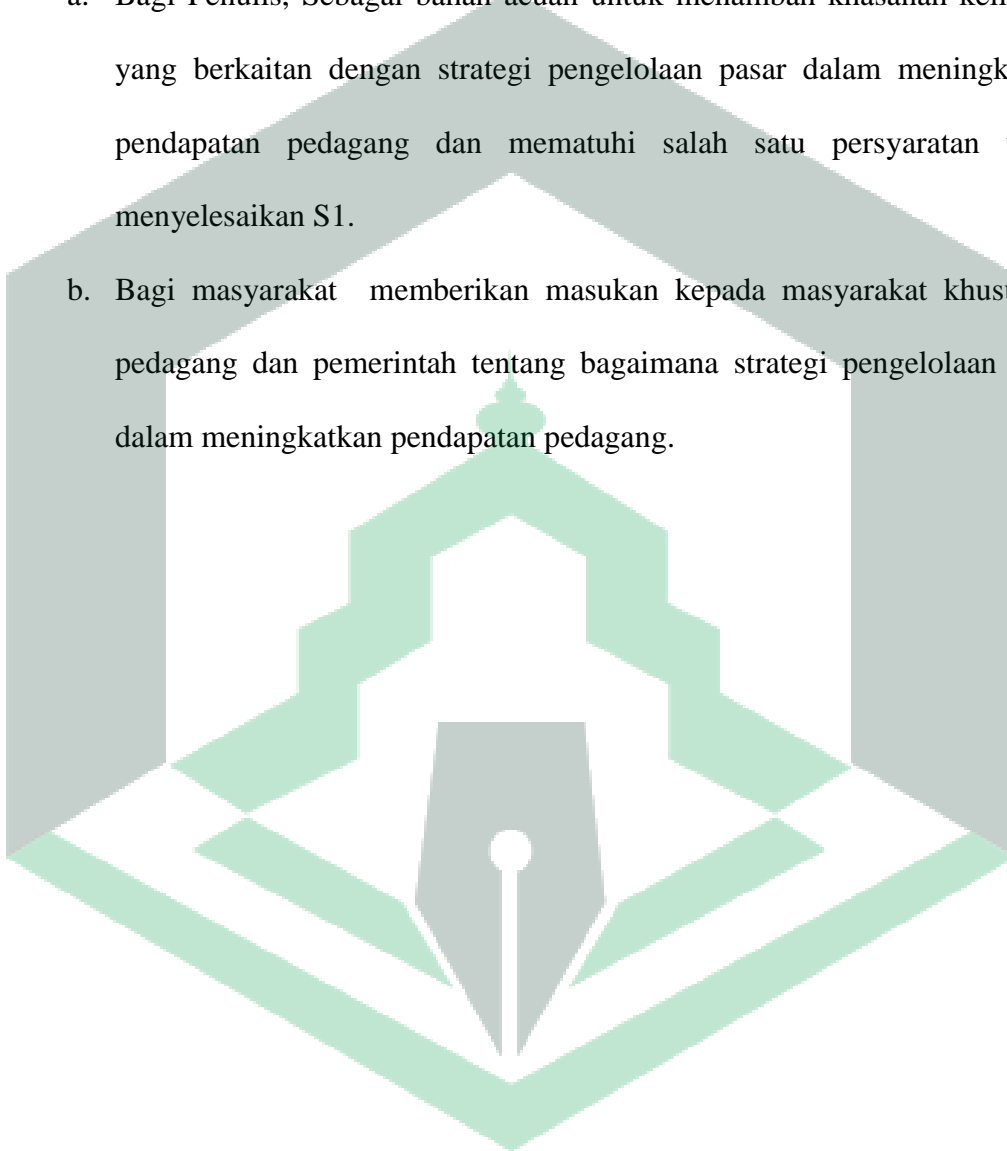
1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan dalam melakukan kajian atau penelitian selanjutnya, khususnya bagi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo.

b. Agar bisa dijadikan bahan referensi bagi penelitian yang sejenis di masa akan datang.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis, Sebagai bahan acuan untuk menambah khasanah keilmuan yang berkaitan dengan strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan mematuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan S1.

b. Bagi masyarakat memberikan masukan kepada masyarakat khususnya pedagang dan pemerintah tentang bagaimana strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berdasarkan hasil penelusuran dapat diidentifikasi bahwa karya ilmiah dan hasil penelitian yang mengangkat tentang strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang bukanlah penelitian yang baru untuk diteliti. Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti akan diurai oleh peneliti untuk melihat keterkaitan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun penelitian yang dimaksud adalah:

1. Manajemen strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang perspektif ekonomi Islam, Hendrianto, (2018), pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana proses manajemen strategi pengelolaan pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan bagaimana analisis perspektif ekonomi Islam terhadap manajemen strategi pengelolaan Pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti fokus membahas terkait permasalahan mengenai bagaimana proses strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan bagaimana analisis perspektif hukum ekonomi syariah terhadap strategi pengelolaan Pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

2. Strategi penjualan dalam meningkatkan pendapat pedagang buah di Pasar Sentral kota Palopo, Elma Novita Sari(2021), pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana strategi penjualan dalam meningkatkan pendapatan pedagang buah di pasar sentral kota Palopo. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti fokus membahas terkait permasalahan mengenai bagaimanaproses strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan bagaimana analisis perspektif hukum ekonomi syariah terhadap strategi pengelolaan Pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.
3. Strategi pengembangan pasar sentral tradisional guna meningkatkan kesejahteraan pedagang dalam perspektif ekonomi Islam, Nyala Kartika, (2020), pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana strategi para pedagang pasar tradisional sentral Kotabumi Lampung Utara dalam meningkatkan kesejahteraannya dan bagaimana program pengembangan pasar tradisional sentral Kotabumi Lampung Utara dalam perspektif ekonomi syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu peneliti fokus membahas terkait permasalahan mengenai bagaimanaproses strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan bagaimana analisis perspektif hukum ekonomi syariah terhadap strategi pengelolaan Pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

B. Teori yang Relevan

1. Teori Strategi

Istilah strategi dalam dunia bisnis menunjukkan rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan perusahaan dalam pelaksanaan misi.⁵

William dan Lawrence berpendapat bahwa strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi.⁶ Sedangkan Pearce dan Robinson menyatakan strategi sebagai suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.⁷

Salah satu definisi strategi menurut Glueck dan Jauch:

“Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan”.

Pengertian strategi telah banyak didefinisikan oleh beberapa ahli, yang intinya menyatakan bahwa strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang

⁵ Toni H. Handoko, *Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 86.

⁶ Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi ketiga, terj. Murad dan Henry Sitanggang (Jakarta: Erlangga, 1998), 9.

⁷ John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 6.

sedang dan akan dilaksanakan organisasi demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Sedangkan definisi manajemen strategi juga banyak yang umumnya menyatakan bahwa manajemen strategis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Definisi manajemen strategis menurut Glueck dan Jauch adalah “Sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran organisasi”.

Pernyataan serupa tentang manajemen strategi juga diungkapkan oleh Fred. R. David, yaitu “*Strategic management can be defined as the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its objectives.*” “Seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifitasnya”.

Sedangkan manajemen strategi menurut Hunger J. David Hunger & Thomas L. Wheelen dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Strategis* terjemahan Julianto Agung adalah “Serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.”¹³ Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus dalam mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi,

produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.⁸

Manfaat Manajemen Strategi Greenley menyatakan manajemen strategi memberikan beberapa manfaat, 15 di antaranya sebagai berikut:

- a. Memungkinkan untuk identifikasi, penentuan prioritas, dan eksploitasi peluang organisasi.
- b. Merepresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas kontrol dan koordinasi yang lebih baik.
- c. Memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk peluang yang telah teridentifikasi.
- d. Memungkinkan alokasi sumber daya dan waktu yang lebih sedikit untuk mengoreksi keputusan yang salah atau tidak terencana.
- e. Menciptakan kerangka kerja untuk komunikasi internal diantara staf.

Proses Manajemen Strategi, Model manajemen strategi menggambarkan suatu proses yang mewakili pendekatan praktis dan jelas untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi suatu organisasi. Sedangkan proses manajemen strategis merupakan proses yang dinamis dan berkelanjutan,⁹ sehingga apabila terjadi suatu perubahan pada salah satu dari komponen atau bagian utama dari model tersebut dapat menyebabkan perubahan pada salah satu atau semua unsur yang lain. Misalnya, perubahan dalam ekonomi bisa merupakan peluang besar dan menuntut adanya perubahan tujuan-tujuan jangka panjang dan strategi serta kegagalan mencapai sasaran tahunan

⁸ Fred. R. David. *Strategic Management*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006),8.

⁹ Fred. R. David. *Strategic Management*,(Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006),18.

mengharuskan adanya perubahan kebijakan. Untuk menuju pencapaian suatu strategi yang tepat perlu adanya suatu proses secara bertahap. Cara belajar dan mengaplikasikan proses manajemen strategis adalah dengan menggunakan model.¹⁰ Setiap model ini mempresentasikan semacam proses.

Adapun proses manajemen strategi dibagi empat tahap, seperti yang dikemukakan oleh Hunger & Wheelen, yaitu: Pengamatan Lingkungan, Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, Evaluasi dan pengendalian.¹¹

1) Pengamatan Lingkungan Analisis lingkungan merupakan proses pemantauan lingkungan organisasi untuk mengidentifikasi ancaman maupun kesempatan yang saat ini mungkin berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuannya.¹² Dalam rangka pendirian atau membuka usaha baik organisasi yang profit oriented (mencari keuntungan) maupun non profit oriented (tidak mencari keuntungan), langkah pertama yang dilakukan adalah pengamatan lingkungan. Pengamatan lingkungan disini adalah pemantauan, pengevaluasian dan penyebaran informasi dari lingkungan eksternal maupun internal bagi orang-orang penting dalam perusahaan.¹³ Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis elemen eksternal dan internal yang akan menentukan masa depan organisasi/perusahaan.

¹⁰ Fred. R. David. *Strategic Management*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2016), 15.

¹¹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 16.

¹² Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 15.

¹³ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 113.

Menurut Fred R. David aktivitas ini meliputi manajemen, pemasaran, akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi.¹⁴ Sedangkan Hunger menyebutkan variabel-variabel itu meliputi struktur, budaya, dan sumber daya organisasi.¹⁵ Selain itu, analisis lingkungan internal juga merupakan sebuah proses dimana perencanaan strategi mengkaji faktor-faktor internal untuk menentukan kekuatan dan kelemahan yang berarti, sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dalam menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan.¹⁶

Konsep pemasaran lebih luas daripada konsep penjualan. Pemasar tidak hanya sekedar bermain pada distribusi, promosi, periklanan, dan public relations. Konsentrasi pemasar diarahkan kepada konsumen. Membangun kepuasan konsumen menjadi tujuan utama melalui kualitas, pelayanan, dan nilai. Sedangkan strategi pemasaran merupakan serangkaian kebijakan pemasaran yang terpadu dan terarah yang menjadi pedoman-kegiatan berbagai jenjang unit pemasaran untuk mencapai target penjualan dalam wilayah pemasaran tertentu, sesuai dengan perubahan kondisi dan lingkungan usaha bisnis bersangkutan.¹⁷

¹⁴ Fred. R. David. *Strategic Managemen*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2016), 15.

¹⁵ Struktur adalah cara bagaimana organisasi diorganisasikan yang berkenaan dengan komunikasi, wewenang, dan arus kerja. Struktur sering disebut rantai perintah yang digambarkan secara grafis dalam bagan organisasi. Sedangkan budaya adalah pola keyakinan, pengharapan, dan nilai-nilai yang dibagikan oleh anggota organisasi. Sumber daya adalah asset yang merupakan bahan baku bagi produksi barang dan jasa organisasi. Aset itu meliputi keahlian orang, kemampuan, dan bakat manajerial (lihat dalam J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, 114)

¹⁶ Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategis*, 193.

¹⁷ Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Operasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 26.

2) Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan keputusan mengenai jalan yang akan ditempuh untuk mencapai apa yang sudah ditetapkan atas hasil analisis.¹⁸ Setelah mengetahui yang menjadi ancaman yang dihadapi organisasi, peluang atau kesempatan yang dimiliki, serta kekuatan dan kelemahan yang ada pada organisasi, maka selanjutnya kita dapat menentukan atau merumuskan strategi organisasi.

Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.¹⁹ Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya sendiri, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsionalnya untuk diikuti.

Kebijaksanaan biasanya ditetapkan secara formal oleh para manajer organisasi. Para manajer ini mungkin menetapkan kebijakan karena, pertama mereka merasa hal itu akan meningkatkan efektivitas organisasi. Kedua, mereka ingin berbagai aspek organisasi mencerminkan nilai-nilai pribadi mereka (sebagai contoh penggunaan seragam). Ketiga, mereka hendak menjernihkan

¹⁸Yosal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*, (Jakarta: PT. Gelora AksaramPratama, 2016), 28.

¹⁹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*,(Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006),12.

berbagai konflik atau kebingungan yang telah terjadi pada tingkat bawah dalam organisasi.²⁰

3) Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur.²¹ Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau sistem manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Implementasi strategi diperlukan untuk memperinci secara lebih tepat dan jelas bagaimana sesungguhnya pihak strategi yang telah diambil direalisasi pada periode waktu yang telah ditetapkan. Strategi yang baik untuk menghubungkan perumusan dengan pelaksanaan. Implementasi strategi bisnis sendiri sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW karena hal itu merupakan keniscayaan bagi para pebisnis untuk menerapkan prinsip-prinsip dan strategi-strategi, tetapi tetap diperlukan kesungguhan, kedisiplinan, dan keyakinan untuk terus mengaplikasikannya karena pasti akan banyak godaan dan tantangan.

Adapun implementasi strategi yang dilakukan adalah melalui:

1) Program Program adalah pernyataan aktivitas-aktivitas atau langkahlangkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program meliputi serangkaian kegiatan yang relatif luas.

²⁰ Toni H. Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: Lintang Aksara Books 2019),90.

²¹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*,(Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 17.

2) Anggaran Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan.²² Anggaran tidak hanya memberikan perencanaan rinci dari strategi baru dalam tindakan, tetapi juga menentukan dengan laporan keuangan sebagai performa dari kondisi keuangan perusahaan.

3) Prosedur Prosedur atau sering disebut dengan Standard Operating Procedures (SOP) adalah sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan.²³ Prosedur secara khusus merinci berbagai aktivitas yang harus dikerjakan untuk menyelesaikan program-program organisasi.

d. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kinerja dimonitor dari kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Hal ini berarti membandingkan antara kinerja organisasi dengan hasil yang diharapkan organisasi. Kinerja adalah hasil akhir dari suatu aktivitas.²⁴ Ukuran apa yang dipilih untuk mengukur kinerja tergantung pada unit organisasi yang akan dinilai dan tujuan yang akan dicapai.

²² J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Prenada Media),18.

²³ K. Suhendra, *Manajemen dan Organisasi dalam Realita Kehidupan* (Bandung: Mandar Maju, 2007), 31.

²⁴ Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis*,(Jakarta: Prenada Media),83.

2. Strategi Dalam Perspektif Islam

Proses penyusunan strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang salah satunya ialah kisah Khalid bin Wahid Radhiyallahu'anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin melindungi pasukan sebesar pasukan Romawi. Ia lalu mengatur strategi, ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari yang tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan musuh ingin dapat bantuan tambahan pasukan baru. Dengan cara itu pasukan musuh akan merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran. Pasukan islam lalu kembali ke madinah, mereka tidak mengejar pasukan romawi yang lari, karena dengan mundurnya pasukan romawi berarti islam sudah menang.

Dari kisah tersebut dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung islam telah mengajarkan umatnya dalam merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya di maksudkan sebagai suatu proses penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling dalam penggunaan sumber organisasi. Karena itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan.

Berkenaan dengan hal itu Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah subhanahu

wata'ala. Hal ini seperti firman Allah subhanahu wata'ala dalam surat Al-Mulk : 2-3 yang berbunyi :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ
الْعَفُورُ ۚ الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَّا تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ
تَفَوُّتٍ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَى مِنْ فُطُورٍ ۝ ۳

Terjemahnya:

“2. Yang menciptakan mati dan hidup, untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Mahaperkasa, Maha Pengampun. 3. Yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Tidak akan kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih. Maka lihatlah sekali lagi, adakah kamu lihat sesuatu yang cacat?”. (Q.S. Al-Mulk/67:2-3)²⁵.

Ayat diatas menjelaskan tentang manusia dalam menjalankan aktivitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus, yaitu niat dan ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu, maka amal itu tergolong ahsan (*Ahsanul amal*), yaitu amal terbaik di sisi Allah Subhanahu Wata'ala. Dengan demikian keberadaan manajemen organisasi dipandang pula sebagai suatu sarana untuk memudahkan implementasi Islam dalam organisasi tersebut.

Implementasi nilai islam berwujud pada di fungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal dalam seluruh kegiatan organisasi. Sebagai kaidah amal, syariah di fungsikan sebagai tolak ukur kegiatan yang digunakan untuk membedakan aktifitas yang halal atau haram, hanya kegiatan yang halal

²⁵Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Unit Percetakan Al-Qur'an: Bogor, 2018), h. 824.

saja yang dilakukan seorang muslim, sementara yang haram akan di tinggalkan semata-mata untuk menggapai ke ridho an Allah Subhanahu Wata'ala.

Oleh karena itu dalam menyusun strategi berdasarkan perspektif Islam menekankan pada wilayah halal dan haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip Halal dan Haram, diantaranya:

- a. Segala sesuatu pada dasarnya boleh
- b. Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata
- c. Melarang yang halal dan memperbolehkan yang haram sama dengan sirik
- d. Larangan atas segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai
- e. Apa yang mendorong pada haram adalah juga haram
- f. Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang
- g. Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima
- h. Hal-hal yang meragukan sebaiknya di hindari
- i. Yang haram terlarang bagi siapapun

Jadi, Islam telah menetapkan bagi manusia suatu tolak ukur untuk menilai segala sesuatu, sehingga dapat diketahui mana perbuatan yang terpuji yang harus segera dilaksanakan dan mana perbuatan yang tercela yang harus ditinggalkan. Sebagaimna Firman-Nya dalam Q.S Al-Baqarah Ayat 42 yaitu sebagai berikut:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٤٢

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang batil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.”

Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang bertujuan untuk menggapai visi, misi dan tujuan organisasi yang harus melihat prinsip-prinsip halal dan haram, agar tujuan dari sebuah organisasi atau sebuah usaha tidak hanya demi menggapai orientasi materi tetapi juga demi menggapai ridho Allah Subhanahu Wata'ala pada setiap prosesnya.

3. Pengelolaan Pasar

a. Pengertian Pasar Tradisional dan Modern

Kata pasar secara harfiah berarti berkumpul untuk tukar menukar barang atau jual beli, yang dilaksanakan sekali dalam lima hari Jawa. Kata pasar ini berasal dari bahasa Sansekerta pancawara yang utama dalam kegiatan pasar adalah interaksi sosial dan ekonomi dalam satu peristiwa. Berkumpul dalam arti saling ketemu muka dan berjual pada hari pasaran menjadi semacam panggilan sosial periodik.²⁶

Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern menurut Peraturan Presiden (Perpres) No.112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan 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.²⁷

²⁶ Anung Pramudyo, *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*, JBMA, Vol. II, No. 1, Maret 2014, ISSN : 2252-5483, 83.

²⁷ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern

Selain pasar tradisional, sekarang terdapat juga pasar modern. Pasar modern tidak banyak berbeda 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 pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Contoh dari pasar modern adalah hypermart, swalayan (supermarket), dan minimarket.

b. Aktivitas Pengelolaan Pasar Tradisional oleh Pemerintah Daerah

Dalam rangka pembinaan pasar tradisional, Pemerintah Daerah melakukan sejumlah pengelolaan dan pemberdayaan dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat;
- 2) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat
- 3) Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah;
dan
- 4) Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.²⁸

c. Kriteria dan Indikator Penataan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Mendagri, pengelolaan pasar yang baik seyogyanya diikuti oleh suatu ukuran keberhasilan, karena itu indikator pengelolaan pasar yang berhasil perlu manajemen operasional,²⁹ di antaranya:

²⁸ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

²⁹ Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 pasal 10 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

- 1) Manajemen yang transparan, meliputi pengelolaan manajemen pasar yang transparan dan profesional dan konsekuen dengan peraturan yang ditegakkannya dan tegas dalam menegakkan sanksi jika terjadi pelanggaran.
- 2) Keamanan
- 3) Sampah, para pedagang membuang sampah pada tempatnya. Tong sampah tersedia di banyak tempat, sehingga memudahkan bagi pengunjung untuk membuang sampah.
- 4) Ketertiban, tercipta ketertiban di dalam pasar terjadi karena para pedagang telah mematuhi semua aturan main yang ada dan dapat menegakkan disiplin serta bertanggung jawab atas kenyamanan para pengunjung atau pembeli.
- 5) Pemeliharaan, pemeliharaan bangunan pasar dapat dilakukan baik oleh pedagang maupun pengelola. Dalam hal ini telah timbul kesadaran yang tinggi dari pedagang untuk membantu manajemen pasar memelihara sarana dan prasarana pasar seperti saluran air, ventilasi udara, lantai pasar, kondisi kios dan lain sebagainya.
- 6) Pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial, pasar yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai suku di tanah air menjadi sarana yang penting untuk berinteraksi dan berekreasi sehingga tercipta suasana damai dan harmonis di dalam pasar.
- 7) Pemeliharaan pelanggan.
- 8) Produktifitas pasar cukup tinggi, pemanfaatan pasar untuk berbagai kegiatan transaksi menjadi optimal. Terjadi pembagian waktu yang cukup rapi dan tertib. Untuk mencapai indikator keberhasilan diatas, maka pengelola pasar

wajib memperhatikan peningkatan mutu dan pembenahan pengaturan sarana fisik pasar, 48 meliputi perencanaan Tata Ruang Pola perletakan berbagai prasarana dan sarana yang ada telah mempertimbangkan beberapa pendekatan antara lain ada pengaturan yang baik terhadap pola sirkulasi barang dan pengunjung di dalam pasar dan ada tempat parkir kendaraan yang mencukupi. Keluar masuknya kendaraan tidak macet, dari tempat parkir terdapat akses langsung menuju kios di pasar, distribusi pedagang merata atau tidak menumpuk disatu tempat, sistem zoning sangat rapi dan efektif sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan jenis barang yang dibutuhkan, penerapan zoning mixed-used, menggabungkan peletakan los dan kios dalam satu area, yang saling menunjang, fasilitas bongkar muat (loading-unloading) yang mudah dan meringankan material handling, jalan keliling pasar, mencerminkan pemerataan distribusi aktifitas perdagangan, ada tempat penimbunan sampah sementara (TPS) yang mencukupi, terdapat berbagai fasilitas umum: ATM Centre, Pos Jaga kesehatan, mushola, toilet, dll, tempat pemotongan ayam yang terpisah dari bangunan utama, ada bangunan kantor untuk pengelola pasar, Keamanan, Organisasi Pedagang.

- 9) Arsitektur bangunan, dibutuhkan lahan atau ruang yang besar dengan rencana bangunan yang memadai.
- 10) Pengaturan Lalu Lintas, untuk menjaga ketertiban dan kenyamanan bagi para pengunjung pasar maka pengaturan lalu lintas yang dilakukan yaitu kendaraan pengunjung harus dapat parkir di dalam area pasar, terdapat jalan

yang mengelilingi pasar dan mencukupi untuk keperluan bongkar muat dan memiliki 2 lajur guna menghindari penumpukan/antrian.

11) Kualitas Konstruksi, meliputi prasarana jalan menggunakan konstruksi rigid, konstruksi bangunan menggunakan bahan yang tahan lama dan mudah dalam maintenancenya, lantai pasar keramik, rolling door untuk kios dan dinding plester aci dengan finishing cat, drainase dalam menggunakan buis beton sedangkan di luar dengan saluran tertutup.

12) Air bersih & Limbah, meliputi pengadaan air bersih menggunakan sumur dalam dan di tampung di reservoir, ada sumur resapan diberbagai tempat sebagai antisipasi terhadap melimpahnya buangan air hujan, pembuangan limbah terdiri dari buangan air kotor dapat disalurkan menuju drainase biasa, buangan limbah kotoran oleh karena pertimbangan higienis harus ditampung dalam septic tank, baru kemudian cairannya dialirkan pada resapan dan pembuatan saluran pembuangan air rembesan dengan desain khusus pada kios/los yang menjual dagangan yang harus selalu segar/basah (ikan dan daging).

d. Karakteristik pasar Tradisional

Keberadaan pasar modern dewasa tidak bisa dipungkiri mengalami perkembangan yang luar biasa di bandingkan dengan pasar tradisional. Tempat-tempat tersebut menjanjikan tempat belanja yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menariknya. Namun demikian, pasar tradisionalnya

masih mampu untuk bertahan dan bersaing di tengah serbuan pasar modern dalam berbagai bentuknya.³⁰

1) Karakter/Budaya Konsumen.

Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Perbedaan itulah adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga.

2) Revitalisasi Pasar Tradisional.

Pemerintah arus serius dalam menata dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Pemerintah menyadari bahwa keberadaan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Selama ini pasar tradisional selalu identik dengan tempat belanja yang kumuh, becek, dan karenanya hanya didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah. Gambaran pasar seperti di atas harus diubah menjadi tempat yang bersih dan nyaman bagi pengunjung. Dengan demikian masyarakat dari semua kalangan akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi di pasar tradisional.

3) Regulasi.

Pemerintah mempunyai hak untuk mengatur keberadaan pasar tradisional dan pasar modern.³¹ Tetapi aturan yang dibuat pemerintah itu tidak boleh diskriminatif dan seharusnya justru tidak membuat dunia usaha stagnan.

³⁰ Anung Pramudyo, *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional* di Yogyakarta, JBMA, Vol. II, No. 1, Maret 2014, ISSN : 2252-5483, 88.

³¹ Anung Pramudyo, *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional* di Yogyakarta, JBMA, Vol. II, No. 1, Maret 2014, ISSN : 2252-5483, 89.

Pedagang kecil, menengah, besar, bahkan perantara ataupun pedagang toko harus mempunyai kesempatan yang sama dalam berusaha.

4. Pasar dalam Ekonomi Islam

a. Pengertian pasar dan dasar hukum

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, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu, artinya juga dipasar ini terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk barang maupun jasa.³²

Dalam perspektif teori ekonomi menyatakan bahwa pasar merupakan salah satu mekanisme yang bisa dijalankan oleh manusia untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi yang terjadi. Seperti, produksi, konsumsi, dan distribusi. Alternatif atau solusi yang munculkan dalam sejarah peradaban untuk problem ekonomi adalah mekanisme pasar.

Oleh sebab itu, sangat utama bagi umat Islam untuk mencurahkan semua dukungannya kepada ide keberdayaan, kemajuan dan kecerahan peradaban bisnis dan perdagangan. Karena perdagangan adalah aktifitas yang paling umum dilakukan di pasar, untuk itu teks-teks al-qur'an selain memberikan stimulasi imperative untuk berdagang dilain pihak juga mencerahkan aktifitas tersebut dengan sejumlah aturan main yang bisa diterapkan dipasar dalam

³²Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana 2007), h. 69

upaya menegakkan kepentingan semua pihak, baik individu maupun kelompok.

Abdul Hamid Al-Ghazali (1058-1111) dalam kitabnya *Ihya' 'Ulumuddin* menjelaskan evolusi terciptanya sebuah pasar. pasar merupakan tempat untuk menampung hasil produksi untuk tukar menukar barang (barter) atau untuk dijual kepada yang membutuhkan. Al Ghazali menyadari kesulitan sistem barter, perlunya spesialisasi dan pembagian kerja menurut regional dan sumber daya setempat. Ia juga menyadari pentingnya perdagangan untuk memberikan nilai tambah dengan menyediakannya waktu dan tempat. Kemudian untuk memudahkan tukar- menukar dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka terciptalah pasar itu.³³ Adapun Prinsip-prinsip Pengelolaan Pasar yaitu sebagai berikut:

- 1) Tauhid Prinsip tauhid ini dikembangkan dari adanya keyakinan, bahwa sumber daya yang ada di bumi hanyalah milik Allah Subhanahu Wata'ala. Sedangkan, manusia hanya diberikan amanah untuk memiliki, mengelola, dan memanfaatkannya untuk sementara. Prinsip ini juga dikembangkan dari keyakinan, bahwa seluruh aktifitas manusia termasuk aktifitas ekonominya diawasi oleh Allah dan akan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah diakhirat kelak.³⁴
- 2) Adil dan Seimbang Prinsip lain dalam ekonomi islam adalah harus ada keadilan dan keseimbangan. Identitas utama dalam usaha ekonomi adalah Islam menganut pola bagi hasil yang dipahami bahwa akan ada bentuk

³³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: KencanaPrenada Media Groub, 2007), 56.

³⁴ Sumar'in, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: GrahaIlmu 2013), 15.

keuntungan dan kerugian yang dinikmati dan ditanggung oleh semua pihak yang terlibat dalam usaha ekonomi tersebut. Konsep ini memberikan gambaran tentang prinsip keseimbangan dan keadilan karena adanya pembagian keuntungan dan kerugian yang dibagi dan yang ditanggung diantara pelaku ekonomi tersebut secara seimbang dan proporsional. Prinsip keadilan sebagai persyaratan mutlak dalam usaha perdagangan antar sesama umat manusia, sebab alam ini didasarkan pada keadilan dan keseimbangan. Adil berarti seseorang harus diperlakukan sesuai haknya, tanpa ada diskriminasi dan penekanan.³⁵

- 3) *Nubuwah* (Kenabian) Risalah yang dibawa Nabi meliputi aspek-aspek penting yang berhubungan dengan perihal ibadah dan Muamalat. Misi profetik yang terkandung dalam bisnis yang diajarkan oleh Nabi dihubungkan dengan sifat *sidiq*, amanah *fathanah* dan *tabligh*. *Shidiq* dimaknai sebagai kecenderungan untuk mengikuti kata hati nurani, yaitu bisikan hati yang selalu mengajak seseorang untuk tidak melakukan bisnis yang bertentangan dengan hati nurani.
- 4) *Khilafah* (Kepemerintahan) Apabila mengacu pada istilah ekonomi dan menejemen modern, maka konsep khilafah ini memiliki lingkup yang sama dengan seorang manajer yang melaksanakan fungsi-fungsi manajemen dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan memenuhi kebutuhan ekonomi sesuai dengan kaidah muamalah yang telah ditetapkan Allah dan RasulNya. Manajer bertanggung jawab dan

³⁵Sumar'in, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), 18

mengadakan evaluasi atas sumber daya alam yang dikelola nya, terutama dari sisi penerapan prinsip-prinsip etis dalam proses manajemen yang dilakukannya sesuai atau tidaknya dengan wahyu.

- 5) *Ma'ad* (return) Setiap kegiatan dan perbuatan dari seorang muslim pasti menghasilkan efek pada dirinya maupun orang lain. Begitupun halnya dalam aktifitas ekonomi, hasil merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai oleh seseorang. Namun perlu dipertegas bahwa hasil dalam tataran ekonomi islam tidak hanya berorientasi pada hasil yang berupa materiel. Namun juga bernilai ibadah. Sehingga orientasi return bagi seorang muslim adalah melihat aspek dunia dan akhirat.³⁶

b. *Macam-macam pasar*

Dalam teori ekonomi dikenal banyak macam-macam pasar, baik yang pada praktiknya sering dilihat menyataannyasehari-hari maupun yang hanya dikenal secara absolut dalam teori. Macam pasar yang umumnya banyak dipraktikkan biasanya adalah monopoli, monopolistis, dan oligopolo. Macam pasar yang secara absolut hanya ada dalam teori ekonomi adalah bentuk persaingan murni dan persaingan sempurna. Beberapa ciri dari persaingan murni dan sempurna yang banyak dipraktikkan sehari-hari diantaranya adalah barang yang diperjualbelikan sama, jumlah penjual dan pembeli banyak, serta mudah keluar dan masuk bagi pengusaha. Secara garis besar, macam-macam pasar adalah:

³⁶Sumar'in, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), 60.

1) Persaingan sempurna

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya.

2) Monopoli

Monopoli secara harfiah berarti dipasar hanya ada satu penjual. Frank Fisher menjelaskan kekuatan monopoli sebagai "*the ability to act in unconstrained way*" (kemampuan bertindak dalam menentukan harga dengan cara sendiri), sedangkan Besanko menjelaskan monopoli sebagai penjual yang menghadapi "*little or no competition*" kecil atau tidak ada pesaing dipasar.

3) Monopolistis

Pada pasar persaingan monopolistic terdapat adanya unsur kompetisi yang didasarkan kenyataan bahwa terdapat banyak perusahaan/produsen dimana tindakan satu produsen akan mempengaruhi produsen yang lain. Tetapi juga terdapat unsur monopoli dimana perusahaan memproduksi barang yang homogen tapi masing-masing mempunyai perbedaan yang signifikan sehingga konsumen punya pilihan.

4) Oligopoly

Pada pasar oligopoly menunjukkan adanya produsen yang jumlahnya terbatas/sedikit dan jumlah konsumen yang sangat banyak. Terdapat 2 macam oligopoly yaitu:

- a) Produknya homogen (contohnya: baja, semen, pupuk, dan lain-lain)

b) Terdapat diferensiasi produk (contohnya: otomotif, handphone, laptop dan lain-lain).

b. Mekanisme pasar dalam Islam

Membahas mekanisme pasar berarti membahas tentang harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari permintaan dan penawaran (supply and demand). Permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik menarik sehingga membentuk sebuah komunitas yang disebut dengan komunitas pasar. Bila permintaan dan penawaran berjalan dengan lancar dan normal maka pasar akan stabil, tetapi bila sebaliknya maka pasar akan rusak. Artinya, terciptanya mekanisme pasar sangat bergantung sejauh mana keamanan proses transaksi yang terjadi di pasar. Selanjutnya untuk mengukur kondisi pasar hal ini dapat dilihat dari harga yang tercipta dipasar tersebut.

Namun dalam kenyataannya seringkali harga pasar yang tercipta dianggap tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam dunia nyata mekanisme pasar terkadang juga tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang mendistorsinya. Untuk itu, pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga. Peranan pemerintah sangat diperlukan dalam bentuk kebijakan pasar hal ini untuk mencegah pasar berjalan tidak normal atau terjadinya distorsi pasar. Namun pemerintah mestinya menghindari praktik penetapan harga, karena dalam prakteknya Rasulullah mengajarkan kepada umat Islam untuk membiarkan harga berjalan apa adanya, agar harga berjalan dengan adil sesuai dengan tarik menarik permintaan dan penawaran dipasar.

Rasulullah Sallallahu 'alaihi Wasallam sangat menghargai mekanisme pasar yang membentuk harga. Beliau menolak untuk menetapkan harga manakala tingkat harga di Madinah tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak dibarengi oleh dorongan-dorongan monopolistik dan monopdonistik, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga.

1. Larangan *Bai'Najsy*, *Bai'Najsy* adalah sebuah praktek dagang dimana seorang penjual menyuruh orang lain untuk memuji barang dagangannya atau menawar dengan harga yang tinggi agar calon pembeli yang lain tertarik untuk membeli barang dagangannya. *Bai' Najsy* merupakan salah satu praktik penawaran palsu yang akan menaikkan harga dan dilarang dalam agama Islam.
2. Larangan ikhtikar, Ikhtikar (menimbun) dilarang dalam agama karena mengandung makna aniaya atau merusak pergaulan. Imam Al-Ghazali mendefinisikan ikhtikar adalah aktifitas penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga dan penjualannya ketika harga melonjak. Ulama madzhab maliki mendefinisikan ikhtikar sebagai praktek penyimpanan barang oleh produsen baik makanan, pakaian dan segala barang yang merusak pasar. Praktek bisnis ini sering di identikan dengan praktek monopoli, namun sesungguhnya ikhtikar tidak hanya monopoli, karena monopoli bolehnya benar ketika diperlukan. Ikhtikar lebih cenderung pada praktek penimbunan dalam upaya spekulasi. Rasulullah melarang praktek semacam ini karena akan menimbulkan

kenaikan harga yang tidak diinginkan. Praktek ikhtikar dilarang karena sangat berdampak pada penentuan harga yang menjadi sangat tinggi dan mendzolimi pihak pembeli. Dari adanya praktek ikhtikar produsen akan menjadi penentu harga karena pihak produsen mempunyai kendali penuh terhadap kualitas dan kuantitas barang serta menjadi penentu harga. Hal ini menjadikan produsen dengan seenaknya memperbesar atau memperkecil jumlah produksi untuk menaikkan dan menurunkan harga barang.

3. Larangan Tallaqi Al-Rukhban Praktek ini adalah bagian dari distorsi pasar pada sisi penawaran dilakukan dengan cara mencegat orang-orang yang membawa barang dari desa dan membeli barang tersebut sebelum tiba dipasar dimana harga yang disepakati tidak di dasarkan informasi yang utuh dari penjual. Praktik ini menjadikan harga yang jual pedagang di desa sangat murah dan di jual kembali oleh pembeli (pedagang) dengan harga yang sesuai atau justru lebih tinggi dipasar, sehingga pedagang mendapatkan keuntungan yang sangat tinggi dari praktek tersebut. Rasulullah Sallahu 'alaihi wasallam melarang praktek semacam ini dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kenaikan harga. Beliau memerintahkan agar barang-barang langsung dibawa ke pasar, sehingga penyuplai barang dan para konsumen bisa mengambil manfaat dari harga yang sesuai dan alami.
4. Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh

pihak lain, maka salah satu pihak akan dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan.

Selanjutnya tadelis itu sendiri dilarang dalam 4 macam aktivitas meliputi:

1. Tadelis dalam Kuantitas Tadelis dalam bentuk ini adalah bentuk penipuan dimana dengan mengurangi takaran (timbangan) serta memberikan harga yang tidak sesuai dengan kuantitas yang diperoleh pembeli.
2. Tadelis dalam kualitas Tadelis kualitas merupakan bentuk penipuan dimana barang yang diberikan (dikirim) tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Termasuk dalam Tadelis kualitas adalah menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli.
3. Tadelis dalam Harga (Ghaban) Tadelis harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli dan penjual. Dalam fiqh disebut ghaban.
4. Tadelis dalam Waktu Penyerahan Tadelis dalam jenis ini terjadi ketika seorang pedagang yang menjanjikan penyerahan barang dalam waktu dekat hanya untuk agar si pembeli erasa dilayani dengan cepat sehingga memutuskan untuk melakukan pemesanan, padahal sang penjual tidak mampu untuk melakukan penyerahan dalam waktu yang disepakati. Meskipun tadelis dalam bentuk ini tidak berkaitan secara langsung dengan kondisi dan nilai barang, namun hal ini akan sangat merugikan pembeli ketika manfaat barang yang dia sudah pesan tidak bisa digunakan dalam

waktu yang telah disepakati. Hal ini tentunya secara tidak langsung akan berimbas pada masalah ekonomi dan masalah lainnya.

- c. Larangan Taqrir atau Gharar Taqrir berasal dari kata gharar. Kata gharar bersal dari akar kata ghrara yang menunjukkan kerusakan kepemilikan pribadi atau seseorang tanpa disadari. Secara umum kata ini bisa diartikan bahaya, ancaman, kerusakan, atau resiko. Secara spesifik gharar diartikan sebagai kondisi yang tidak dapat dipastikan yang terdapat pada transaksi yang kualitas dan kuantitas yang komoditas nya tidak dapat ditetapkan dan diketahui sebelumnya.

Sedangkan jual beli gharar, menurut keterangan Syaikh As-Sa'di, termasuk dalam kategori perjudian. Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah sendiri menyatakan, semua jual beli gharar, seperti menjual burung di udara, unta dan budak yang kabur, buahbuahan sebelum tampak buahnya, dan jual beli al-hashah, seluruhnya termasuk perjudian yang diharamkan Allah di dalam Al-Qur'an. Seperti halnya taqlis taqhrir atau gharar juga meliputi 4 aspek yang dilarang meliputi:

- 1) Taqhrir Kuantitas

Contoh taqhrir kuantitas adalah sistem ijon. Misalnya petani sepakat untuk menjual hasil panennya (jeruk dengan kualitas A) kepada tangkulak dengan harga Rp. 800.000,- secara keseluruhan pada dari total kebun yang dimiliki petani. Dimana saat kesepakatan dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai berapa kuantitas yang dijual, (berapa ton, berapa kuintal)

padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang di transaksikan.

Catatan terpenting dalam hal ini bukanlah pada nilai keuntungan dan kerugian yang diperoleh baik oleh petani ataupun oleh tengkulak. Melainkan praktek untung-untungan yang merupakan bagian dari praktek judi yang akan menimbulkan keuntungan disatu pihak dengan mengakibatkan kerugian dipihak lain.

2) Taqhrir dalam kualitas

Contoh taqhrir kualitas adalah menjual ternak yang masih dalam kandungan induknya. Dengan demikian, terjadi ketidakpastian menyangkut kualitas barang yang ditransaksikan. Sehingga dalam praktek ini tentunya ada unsur spekulasi (untung-untungan) yang menimbulkan kerugian di satu pihak.

3) Taqhrir

Alam harga Taqhrir harga terjadi ketika misalnya seorang penjual menyatakan bahwa ia akan menjual satu unit panci merk ABC seharga Rp 10.000,- bila dibayar tunai, atau Rp 50.000,- bila dibayar dengan kredit selama lima bulan, kemudian si pembeli menjawab “setuju”. Ketidakpastian muncul karena adanya dua harga dalam satu akad. Tidak jelas harga mana yang berlaku, Rp 10.000,- atau Rp 50.000,-.

4) Taqhrir dalam Penyerahan Barang

Salah satu contoh taqhrir dalam penyerahan barang misalnya pembelian burung yang masih diudara atau pembelian ikan yang masih didalam lautan. Dalam transaksi ini terjadi ketidakpastian menyangkut waktu penyerahan

barang, karena barang yang dijual tidak diketahui keberadaannya. Hal inilah yang membuat transaksi tersebut dilarang dan diharamkan.

Dalam aktifitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan di antara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang/jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif. Persaingan dalam pasar dan mekanisme pasar dapat membentuk beberapa jenis pasar. Ada yang disebut dengan pasar persaingan sempurna (perfect Competition Market) adalah struktur pasar yang paling ideal karena sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang dan jasa yang sangat tinggi efisiensinya³⁷.

Daya saing pasar mengacu pada sampai sejauh mana setiap perusahaan mampu mempengaruhi pasar tersebut, yaitu kemampuan untuk mempengaruhi harga atau kondisi lainnya atas nama produk mereka di jual semakin kecil kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk mempengaruhi pasar tempat ia menjual produknya semakin bersaing pasar tersebut, bentuk ekstrim daya saing ini di temui apabila setiap perusahaan sama sekali tidak dapat mempengaruhi pasar dalam kasus seperti itu terdapat begitu banyak perusahaan sehingga masing-masing harus menerima harga yang ditetapkan oleh kekuatan permintaan dan penawaran pasar bentuk ekstrim ini disebut struktur pasar

³⁷Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 1-2.

bersaing sempurna dalam pasar seperti ini setiap perusahaan tidak perlu bersaing secara aktif satu sama lain karena tak satupun diantaranya yang dapat mempengaruhi pasar.

Dari kuitipan tersebut jelaslah pasar Tradisional mau tak mau harus menghadapi persaingan, dengan tersebarnya Pasar Modern. Dengan demikian pasar tradisional harus lebih ekstra dalam menghadapi persaingan, dan seharusnya pasar Tradisional lebih unggul dalam persaingan.

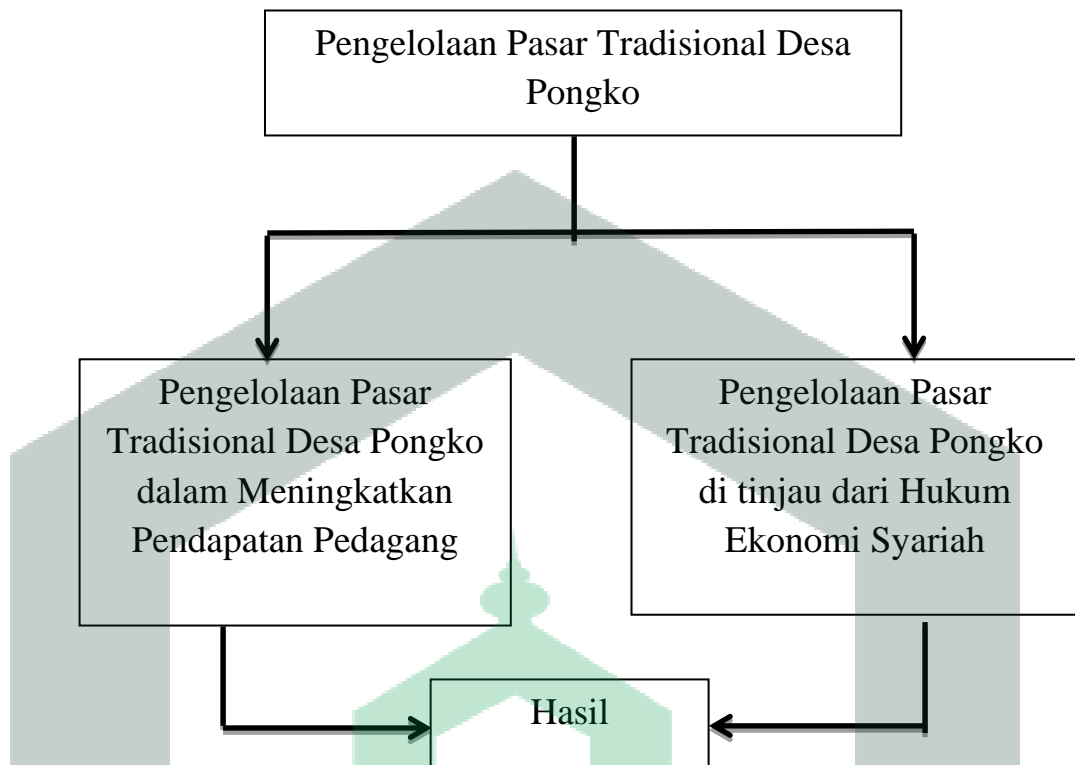
Islam sebagai ajaran hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan secara rinci untuk menghindari permasalahan yang muncul akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Dalam kaitan ini, maka islam memberikan cara untuk menyikapi dalam bisnis, yaitu ada tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam.

C. Kerangka Pikir

Agar penyusunan penelitian ini lebih terarah maka dibutuhkan adanya kerangka berfikir yang terperinci. Kerangka pikir merupakan konseptual bagaimana suatu teori berhubungan diantara berabagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Sugono menjelaskan kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara lebih kritis pertautan antara variabel yang ditelit.³⁸ Kerangka berfikir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

³⁸Juliansa Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karaya Ilmiah*, (Jakarta:Kencana, 2017), 76.

Gambar 1. Kerangka pikir



Keterangan:

Sumber permasalahan (objek permasalahan) dalam pembahasan ini adalah pasar tradisional desa Pongko dalam fungsinya sebagai wadah atau tempat pendistribusian barang dan jasa kebutuhan masyarakat. Proses permasalahan, yang dimana pengelolaan pasar tradisional desa Pongko dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Proses permasalahan, yang dimana pengelolaan pasar tradisional desa Pongko ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Output atau hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah terwujudnya pengelolaan pasar tradisional desa Pongko yang dapat meningkatkan pendapatan pedagang berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif atau penelitian lapangan dengan mengumpulkan data dengan cara menggali secara intensif dan melakukan analisis terkait data yang didapatkan kemudian mampu memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu pendekatan yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap gejala-gejala atau isu-isu tertentu. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah aspek yang sangat penting dalam suatu penelitian, pendekatan yang sesuai dengan tujuan penelitian akan mendukung kemudahan bagi peneliti dalam menjalankan proses penelitian yang akan dijalankan.

b. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu pendekatan yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap gejala-gejala atau isu-isu tertentu. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah aspek yang sangat penting dalam suatu penelitian, pendekatan yang sesuai dengan tujuan penelitian akan mendukung kemudahan bagi peneliti dalam proses penelitian yang akan dijalankan.³⁹Oleh karena itu penulis melakukan observasi dan wawancara kepada para pedagang yang ada di pasar

³⁹Supian, *Meteologi Study Islam* Cet. Pertama (Bandung: PT. Remaja Rosdakarnya, 20017), 83

Pongko. Disamping itu penulis juga melakukan penelitian kepustakaan, yakni penelitian yang dilakukan dengan meneliti bahan-bahan kepustakaan, khususnya buku yang berkaitan dengan pengelolaan pasar.

B. Fokus Penelitian

Penulis memfokuskan penelitian ini pada strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang perspektif hukum ekonomi syariah, agar dapat mengambil kesimpulan tentang bagaimana proses strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan bagaimana analisis perspektif hukum ekonomi syariah terhadap strategi pengelolaan Pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

C. Definisi Istilah

Definisi istilah yang di gunakan dalam penelitian ini adalah

1. Strategi : adalah perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.
2. Pengelolaan : adalah suatu tindakan yang memberikan kontribusi yang dapat menghasilkan beberapa perubahan dalam meningkatkan fungsi pasar tradisional dalam mendorong berkembangnya kegiatan perekonomian masyarakat.
3. Pasar Tradisional : adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang dimana didalamnya terdapat transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli yang melakukan proses tawar menawar barang. Dan merupakan pasar pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah.⁴⁰

⁴⁰Lihat KUHAP Pasal 1 angka 1

4. Pendapatan Pedagang : adalah hasil atau pendapatan yang diterima para pedagang dari kegiatan berdagang yang diukur dalam satuan rupiah dan dalam periode 1 (satu) bulan.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari informan atau narasumber dalam proses penelitian. Dalam hal ini informan langsung dari para pedagang di pasar Pongko Kec. Walenrang, Kab. Luwu.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder menjadi data dukung bagi peneliti. Data sekunder terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang mengikat dan sumbernya dapat dipertanggung jawabkan yang diperoleh dari Al-Qur'an, As-Sunnah dan Undang-Undang terkait penelitian. Adapun bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah Al-Qur'an, Hadits dan Undang-Undang.
- b. Bahan Hukum Sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari orang lain berupa pendapat hukum, doktrin, teori-teori yang diperoleh dari literatur hukum berupa buku-buku, tesis, skripsi, makalah, hasil penelitian, jurnal,

artikel, surat kabar, dan karya pemikiran orang lain yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan.

E. Subjek penelitian

Subjek penelitian ialah pihak yang dijadikan sebagai sumber perolehan data dalam suatu penelitian guna mengetahui data yang akan diteliti berupa tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Adapun informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Pongko

F. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Pongko, Kecamatan Walenrang, Kabupaten Luwu, Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan.

G. Teknik Penumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Penelitian observasi yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara datang langsung ke lapangan untuk mengamati fenomena atau masalah sosial yang terjadi, kemudian dilakukan pencatatan. Observasi dilakukan dengan mengamati dan menggali informasi mengenai strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang dan menganalisis perspektif hukum ekonomi syariah terhadap strategi pengelolaan Pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, dalam hal ini dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai atau informan yang dapat memberikan informasi. Sebelum wawancara dilakukan terlebih dahulu disiapkan pedoman wawancara yang berhubungan dengan keterangan dan data yang dibutuhkan. Adapun hal yang akan diwawancarai adalah seputar bagaimana strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan pedagang

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data-data mengenai hal-hal yang merupakan catatan, transkrip, buku-buku, dan lainnya. Dalam penelitian ini dokumen dokumen yang akan diambil peneliti ialah data-data dari para pedagang tentang strategi pengelolaan pasar di Desa Pongko dalam meningkatkan pendapatan.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁴¹

⁴¹Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach, Cet. 1.* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 1.

Sebelum penulis menyimpulkan, terlebih dahulu penulis akan mengumpulkan dengan mengolah dan menganalisis data primer maupun sekunder yang berupa data-data kepustakaan, informasi yang diperoleh dari wawancara dan arsip ataupun dokumen lapangan. Data yang diperoleh tersebut disajikan dalam bentuk penyusunan data yang kemudian direduksi dengan mengelolanya kembali.

Setelah data terkumpul, maka dilakukan suatu analisis data untuk mengolah data yang ada. Analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan ditemukan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁴²

Berdasarkan pengertian variabel di atas, maka yang di maksud judul ini adalah strategi pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang perspektif hukum ekonomi syariah. Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data), dimana penulis memilih data yang dianggap berkaitan dengan masalah yang diteliti. Reduksi data dimulai sejak penulis memfokuskan wilayah penelitian. Reduksi data yang berupa catatan lapangan hasil observasi dan dokumentasi berupa informasi yang diberikan oleh informan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Kemudian data-data penulis reduksi dan mengkaji secara mendalam dengan mengedepankan dan mengutamakan data penting yang bermakna.

⁴²Djam'an Satoro dan Aan Komariah, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung; Alfabeta, 2014), 146.

2. *Data Display* (Penyajian Data) dalam hal ini, penyajian data dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menyampaikan hal-hal mengenai yang diteliti.
3. Menarik kesimpulan, pada tahap ini penulis menarik sebuah kesimpulan serta saran sebagian bagian akhir dari sebuah penelitian dan berada pada bab tersendiri.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Walenrang Utara merupakan sebuah wilayah di bagian utara Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan. Kecamatan ini berbatasan dengan wilayah Kabupaten Luwu Utara. Walenrang Utara terdiri dari 11 desa/kelurahan. Salah satunya adalah desa Pongko.

Wilayah desa Pongko merupakan bagian dari kompleks Siteba'. Sebuah wilayah yang kemudian dijadikan desa Jaya Baru usai berakhirnya pemberontakan DI/TII di Sulawesi Selatan pada akhir tahun 60-an. Wilayah yang dulunya merupakan bagian desa Jaya Baru saat ini telah terbagi menjadi lima desa yaitu desa Siteba', desa Marabuana, desa Salulino, desa Salutubu, dan desa Pongko, sementara nama desa Jaya Baru sudah tidak ada.

Pemekaran berawal saat desa Salutubu memisahkan diri, kemudian pada tahun 1989 desa Salutubu dimekarkan lagi. Dimana sebelumnya wilayah desa Pongko saat ini adalah wilayah dua dusun dari desa Salutubu. Pembentukan desa Pongko berawal dari pertemuan kepala desa Salutubu Nurdin Kusuh dan Sekretaris desa Salutubu Halim Jai. Pertemuan itu diprakarsai camat Lamasi A. Rahman Bachry di kantor desa Bolong pada tahun 1988. Kemudian diakan pertemuan tokoh-tokoh masyarakat di kantor desa Salutubu.

Pertemuan itu juga dihadiri oleh empat kepala dusun. Kepala dusun Pongko Abd. Wahid, kepala dusun Makawa Sibomba, kepala dusun Andukan Sony, dan kepala dusun Borai Bula. Pertemuan itu kemudian melahirkan

keepakatan menyetujui batas wilayah pemekaran untuk membentuk desa Pongko pada tahun 1989.

Pada tanggal 29 September 1989, Pongko resmi berpisah dari desa Salutubu dan menjadi desa persiapan Pongko, kecamatan Lamasi. Luas wilayah desa Pongko 2.535 Ha dan terdiri dari empat dusun. Dusun Pongko, dusun Lewo, dusun Makawa, dan dusun Paraboting. Desa Pongko kemudian menjadi desa definitive pada 6 Januari 1991.

Pada awal terbentuknya, Halim Jai menjabat kepala desa definitif. Pilkades Pongko pertama kali diselenggarakan sekitar 3,5 tahun kemudian. Pilkades 1994 dan 2003 dimenangkan oleh M. Yusuf Buro. Pada pilkades 2007 terpilih Rosilawati dan pilkades 2015 dimenangkan oleh Samsir Dumang. Desa Pongko disebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Luwu Utara, terdiri dari desa Tandung, desa Kalotok, desa mari-mari, sebelah timur berbatasan dengan desa mari-mari, sebelah selatan berbatasan desa Salutubu, dan sebelah barat berbatasan dengan desa Siteba⁴³.

B. Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan

⁴³<https://infonesia.id/wilayah/sulawesi-selatan/luwu/walenrang-utara/pongko/>, Diakses pada tanggal 28 Februari 2023 pukul 11.43

pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat pembelanjaan dan toko modern⁴⁴. Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan.
2. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Memanfaatkan sumber daya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat.
4. Memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah.
5. Mempertahankan, menjaga dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya⁴⁵.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di pasar Tradisional desa Pongko kec. Walenrang, kab. Luwu, secara kasat mata belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari penyediaan sarana dan prasarana untuk para pedagang, tidak rapinya pengelolaan pasar memang sangat jelas terlihat dari sisi infrastruktur penyediaan tempat berjualan bagi pedagang, seperti pedagang yang menghamburkan barang dagangannya terutama pedagang sayuran, mereka berjualan ditepi jalan utama, padahal

⁴⁴Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada) h. 171

⁴⁵Husain Usman. *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*, (Jakarta Bumi Aksara), h.5

jalan tersebut terbilang padat pengguna karena juga merupakan lahan parkir Pasar Tradisional desa Pongko, kec. Walenrang Utara, kab. Luwu.

Prinsip-prinsip manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Pongko adalah, sebagai berikut⁴⁶:

1. Prinsip efektif dan efisiensi

Efisiensi dan efektifitas merupakan bagian dari prinsip-prinsip manajemen. Titik tolak pelaksanaan manajemen dalam organisasi semaksimal mungkin memanfaatkan semua sumber, tenaga, dana dan fasilitas yang ada secara efisien. Hubungan kerja yang fungsional dan berjalan dengan baik akan mempermudah pelaksanaan efisiensi yang menjadi prinsip manajemen. Dari hasil penelitian yang di dapat di pasar tradisional desa Pongko prinsip efisiensi dan efektifitas belum berjalan dengan baik, karena pengelola belum mampu memanfaatkan fasilitas yang ada di Pasar Tradisional Pongko sehingga tujuan yang diinginkan belum tercapai.

2. Prinsip pengelolaan

Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengontrol. Dengan demikian target yang dituju dengan mudah dapat dicapai dengan baik.

Proses manajemen pengelolaan pasar tradisional Pongko:

- a. Tahap perencanaan Pasar Tradisional Pongko Pada tahap perencanaan pasar, Kepala Desa bersama pengelola pasar menyusun suatu perencanaan

⁴⁶Husain Usman, *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*, (Jakarta Bumi Aksara), h.5

mengenai Pasar Tradisional Pongko. Keduanya membahas mengenai perencanaan pasar yang meliputi fisik maupun perencanaan non fisik pasar. Perencanaan yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Menetapkan tarif retribusi yang dipungut dari para pedagang
- 2) Melaksanakan program penataan kembali terhadap bangunan pasar
- 3) Menyediakan sarana pendukung untuk pasar

b. Tahap pelaksanaan/pemanfaatan Pasar Tradisional Pongko

Pelaksanaan/pemanfaatan terhadap Pasar Tradisional Pongko terdiri atas beberapa macam yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebagai tempat bagi masyarakat untuk menjual barang hasil usahanya seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan dan sebagainya.
- 2) Sebagai tempat terjadinya proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli.

c. Tahap pengawasan Pengelolaan Pasar Tradisional Pongko, Pengelolaan terhadap Pasar Tradisional Pongko dilaksanakan oleh kantor pengelolaan pasar, kantor ini memiliki wewenang untuk menata para pedagang. Kantor pengelolaan pasar bertanggungjawab terhadap penataan para pedagang agar dapat terlaksana dengan baik, dan pasar dapat berjalan dengan kondusif.

c. Prinsip Kepemimpinan yang efektif

Prinsip pimpinan yang efektif harus memiliki kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan berkualitas. Ia wajib mengembangkan hubungan baik dengan

semua bawahannya. Manajer yang baik adalah manajer yang tidak menyalahkan bawahannya, tetapi mengingatkan dan menyarankan, demikian juga bawahan yang baik tidak pernah menggugat kepada atasan, tetapi meluruskan dan menyadarkan sepanjang masih dalam konteks profesionalitas yang ada di atas aturan yang disepakati.

Adapun prinsip-prinsip ekonomi Islam yang wajib di terapkan dalam pasar tradisional, antara lain⁴⁷:

- a. *Ar-Ridha*, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak. Dari hasil penelitian di pasar tradisional Pongko, prinsip *Ar-Ridha* sudah berjalan dengan baik, tanpa adanya paksaan di kedua belah pihak.
- b. Persaingan yang sehat. Berdasarkan hasil penelitian yang di pasar tradisional Pongko, adanya pedagang yang berjualan di bahu jalan tanpa menyewa los yang kosong didalam pasar, menyebabkan pendapatan pedagang yang berjualan los menjadi berkurang.
- c. Prinsip kejujuran, merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Dari hasil penelitian dipasar tradisional Pongko, telah ditemukan adanya ketidak jujuran yang dilakukan pedagang kepada

⁴⁷Hendi suhendi, *Figh Muamalah*, 2014. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 67

pembeli, contohnya buah yang sudah ditimbang dan di bungkus perkilo dicampur dengan buah yang sudah jelek.

- d. Keterbukaan adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Dari hasil penelitian yang didapat prinsip kepemimpinan belum berjalan dengan baik di pasar Tradisional Pongko, karena pemimpin pasar belum menjalankan tugasnya secara tegas dalam mengatur para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong di dalam pasar.

Berdasarkan faktor manajemen⁴⁸ pengelolaan diatas masih belum terealisasi di pasar Tradisional Pongko, inisiatif dari pihak pengelola pasar tentunya sangat diperlukan yaitu dengan mengatur atau mentata para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong didalam pasar, namun hal itu hanyalah keinginan para pedagang yang telah menyewa semata dan belum terealisasi. Tentunya hal tersebut bukanlah masalah sepele yang bisa diabaikan, pasalnya dengan banyaknya pedagang yang berjualan ditepi jalan menjadikan suasana pasar yang sangat tidak kondusif. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang yang berjualan di dalam pasar Tradisional Pongko, seperti yang tertera dalam tabel dibawah ini :

⁴⁸ George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta Bumi Aksara), h. 11

Table 4.3
Pendapatan pedagang

No.	jenis los dan kios	Pendapatan sebelum	Pendapatan sesudah
1.	Los tertutup	250.000/hari	200.000/hari
2.	Los terbuka/sayuran	200.000/hari	150.000/hari
3.	Los ikan	150.000/hari	120.000/hari

Sumber data diperoleh dari hasil Wawancara dengan beberapa pedagang

Berdasarkan dari tabel diatas jumlah pedagang yang banyak berpengaruh dengan adanya pedagang yang berjualan dibahu jalan adalah para pedagang los tertutup/los sembako, sayuran dan los ikan. Rata-rata para pedagang mangalami penurunan pendapatan sebesar 10-50% per harinya.

Untuk itu sudah sepantasnya pihak pengelola Pasar Tradisional Pongko untuk lebih tegas agar pedagang yang berjualan dibahu jalan mau untuk menyewa los atau kios yang kosong, disisi lain juga mampu menciptakan suasana yang nyaman bagi pedagang dan pembeli dan juga suasana yang kondusif antar pedagang agar semua proses dan prinsip-prinsip dalam manajemen pengelolaan dapat berjalan dengan baik, jika hal tersebut telah terealisasi maka kondisi pasar akan terlihat rapi dan nyaman.

Dalam ekonomi Islam pengelolaan pasar yang baik harus memperhatikan dan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut diantaranya, jual beli yang sah, serta mekanisme pasar dalam pasar menurut ekonomi Islam⁴⁹. Jika pada pasar terjadi daya saing yang tidak sehat terlebih lagi terjadi

⁴⁹ Sukarno wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung CV Pustaka Setia), h.203

praktek-praktek kecurangan seperti pedagang baru yang berjualan dibahu jalan⁵⁰. Terlebih lagi pengelola pasar tradisional Pongko membiarkan saja tanpa ada penanganan yang tegas. Pengelola pasar juga meminta pungutan setiap harinya, tentu hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan yang berjualan di dalam pasar.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kecil, diantaranya adalah:

- 1) Kondisi dan kemampuan pedagang Kemampuan pedagang dalam transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekaligus memperoleh pendapatan yang diinginkan.
- 2) Modal Setiap usaha membutuhkan modal untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan.
- 3) Kondisi organisasi usaha Semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingka dengan usaha yang lebih kecil.
- 4) Faktor lain Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.

Pada hakekatnya selain faktor-faktor diatas sebagaimana pandangan yang membandel yang berjualan di bahu jalan berpengaruh terhadap pendapatan

⁵⁰Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta Pustaka Pelajar), h. 62

yang diperoleh para pedagang yang berjualan di dalam pasar. Di lihat dari penangannya, manajemen pengelolaan pasar seharusnya mampu mengatur ataupun memberikan tindakan tegas terhadap masalah yang sedang terjadi saat ini.

Pandangan Ekonomi Islam mengenai pasar menganjurkan sekiranya seluruh pelaku pasar untuk bertindak secara adil, baik dalam bentuk persaingan maupun adil kepada diri sendiri. Salah satu upaya mempersiapkan diri yakni dengan berbenah dan mencari solusi agar mampu berekonomi dengan adil dan sesuai dengan aturan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan kepada kepala desa, sekertaris desa, kepala pasar dan beberapa pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Pongko, diperoleh hasil sebagai berikut :

Berdasarkan wawancara dengan kepala desa ibu Rosilawati, ia mengatakan bahwa:

Pasar Tradisional Pongko memiliki sarana dan prasara yang cukup baik, pasar juga memberikan sumbangsih bukan untuk pembangunan desa melainkan untuk pembangunan kembali pasar, untuk kelembagaan, BPK, MPK, dan olahraga. Manajemen pengelolaan diserahkan seluruhnya kepada kepala pasar, sedangkan Kepala desa hanya membentuk, mengawasi, dan menjalankan seperlunya. Sementara itu juga pernah diadakan rapat pertemuan antara aparatur desa dengan pengurus pasar mengenai manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Pongko, karena banyak pedagang yang complain dengan banyaknya pedagang baru yang berjualan dibahu jalan, rencananya aparatur desa akan memusyawarahkan hal tersebut dengan para pedagang, pengelola pasar, dan satpol PP⁵¹.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sekertaris desa bapak Kasdar, sejalan dengan yang dikatakan kepala desa, ia mengatakan bahwa:

⁵¹Rosilawati, selaku kepala desa Pongko, Wawancara Pada tanggal 20 Januari 2023

semenjak didirikannya Pasar Tradisional Pongko, pihak pasar memberikan sumbangsih tetapi bukan untuk pembangunan desa, melainkan untuk pembangunan pasar itu sendiri, seperti renovasi, pemasangan lampu, perbaikan jalan disekitar pasar, dan untuk kelembagaan-kelembagaan, serta olahraga. Manajemen Pasar Tradisional Pongko juga seluruhnya berada ditangan pengelola pasar yang bertanggung jawab dengan masalah-masalah yang terjadi dipasar, setelah itu baru dikoordinasikan dengan aparat desa⁵².

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sade selaku kepala pasar ia mengatakan bahwa hal yang sama dengan apa yang disampaikan oleh kepala desa dengan sekertaris desa, ia mengatakan bahwa:

Pasar Tradisional Pongko memiliki sarana prasara yang cukup baik, dan memberikan sumbangsih terhadap pembangunan pasar, serta kegiatan-kegiatan yang ada di desa. Manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Pongko sudah cukup, meskipun ada complain dari para pedagang mengenai pedagang baru yang berjualan dibahu jalan, tetapi selaku pengelola pasar sudah menanganinya dengan sangat tegas dengan memberikan teguran tertulis⁵³.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para beberapa pedagang yang menyewa los tertutup, bahwasanya:

pernah diadakan koordinasi para pengelola pasar dengan para pedagang mengenai manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Pongko, terkait masalah pedagang baru yang berjualan dibahu jalan, sampai saat ini menurut pedagang belum ada pengaruhnya dengan adanya manajemen tersebut. Pedagang yang berjualan dibahu jalan juga mengurangi pendapatan mereka sekitar 10%, kebanyakan pedagang yang berjualan dibahu jalan menjual sayuran, ikan dan makan-makanan basah lainnya, sedangkan para penyewa los tertutup sebagian besar menjual pakaian dan sembako⁵⁴.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang sayuran di los sayuran, sama halnya dengan yang disampaikan oleh para pedagang di los tertutup, bahwa:

⁵²Kasdar, selaku sekretaris desa Pongko, Wawancara pada tanggal 20 Januari 2023

⁵³Sade, selaku kepala pasar desa Pongko, Wawancara pada 20 Januari 2023

⁵⁴Wawancara dengan pedagang los tertutup pada tanggal 25 Januari 2023

pernah dilakukan koordinasi antara pengelola pasar dengan para pedagang, dan belum ada pengaruhnya untuk para pedagang, karena masalah terkait pedagang baru yang berjualan dibahu jalan hanya diberikan teguran oleh para pengelola, sehingga mereka meresahkan para penjual yang penyewa los di dalam pasar karena mereka sangat berpengaruh pada pendapatan yang didapat oleh para penyewa, yang biasanya perhari mereka mendapatkan Rp. 100.000 – Rp. 200.000, dengan adanya pedagang yang berjualan dibahu jalan pendapat mereka berkurang hingga 50% karena para pembeli cenderung enggan masuk kedalam pasar karena ada yang berjualan di luar-luar pasar dengan harga yang sama⁵⁵.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang yang berjualan dibahu jalan, bahwa:

pernah dilakukan koordinasi antara pedagang dengan pengelola pasar mengenai manajemen pengelola Pasar Tradisional Pongko, karena banyak complain terkait pedagang yang berjualan dibahu jalan, mereka ingin para pedagang agar mau menyewa los-los yang kosong agar tidak meresahkan para pedagang yang berjualan didalam pasar/ yang sudah menyewa los. Namun mereka belum mempunyai niatan untuk menyewa los/kios didalam pasar agar lebih nyaman, dan perdagangan di pasar Tradisional Pongko menjadi lebih kondusif⁵⁶.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari jawaban masalah dalam penelitian ini, berdasarkan penelitian yang dilakukan di pasar Tradisional Pongko, secara kasat mata belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari tempat berjualan bagi pedagang, seperti pedagang yang menghamburkan barang dagangannya terutama pedagang sayuran, mereka berjualan ditepi jalan, padahal jalan tersebut terbilang padat pengguna karena juga merupakan lahan parkir pasar Tradisional Pongko Kecamatan Walenrang Utara Kabupaten Luwu.

⁵⁵Wawancara dengan pedagang los terbuka pada tanggal 25 Januari 2023

⁵⁶Wawancara dengan pedagang bahu jalan pada tanggal 25 Januari 2023

Adapun solusi untuk para pedagang yang berjualan di luar pasar agar mau menyewa los yang masih kosong, yaitu pemerintah harus tegas untuk menerapkan aturan yang ada aturan yang dibuat untuk menjamin perbaikan dimasyarakat, pemerintah juga bisa merangkul semua para pedagang agar masuk ke dalam pasar, serta tidak ada lagi alasan sepi pembeli karena masih ada sebagian pedagang yang berjualan luar pasar sehingga membuat pembeli enggan masuk ke dalam pasar.

Pemerintah harus rutin melakukan penertiban terhadap pedagang yang berjualan di luar pasar, saya rasa kondisi pasar tersebut tidak akan sepi kalau semuanya mau masuk ke dalam pasar. Kalau semua pedagang benar-benar sudah masuk ke dalam pasar maka tidak ada lagi kecurangan-kecurangan yang mungkin terjadi, serta manajemen pengelolaan akan berjalan dengan baik dan sudah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam⁵⁷.

C. Implementasi Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang

Analisis SWOT adalah sebuah instrumen yang beraneka guna, yang dapat digunakan berkali-kali pada berbagai tahap proyek; membangun sebuah telaah atau untuk pemanasan diskusi sebelum membuat perencanaan. Instrument ini dapat diterapkan secara luas, atau sub-komponen yang kecil (bagian dari strategi) dapat dipisahkan agar kita dapat melakukan analisis yang detail⁵⁸.

⁵⁷ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta Pustaka Pelajar), h. 64

⁵⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 18

Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrument ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka⁵⁹.

Analisis SWOT pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang, setelah melakukan penelitian sebagai berikut:

1. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan pasar dengan segala keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Mempunyai payung hukum atau legalitas yang jelas yakni peraturan daerah No. 16 Tahun 2010 dan Perda No. 49 Tahun 2011.
- b. Tempat strategis dipusat keramaian
- c. Mempunyai cctv di berbagai tempat untuk keamanan dan kenyamanan penjual dan pembeli.
- d. Adanya pengelolaan sampah.
- e. Mempunyai area yang luas⁶⁰.

⁵⁹Freddy Ranguti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 18

⁶⁰Wawancara dengan Sade selaku kepala pasar desa pongko, tanggal 20 Januari 2023

2. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan faktor-faktor internal negative yang menghalangi kemampuan pasar desa Pongko terhadap sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Belum adanya parkirana yang tertata dan luas
- b. Kios lapak belum full
- c. Terkadang ada kios yang tidak berjualan
- d. Ada kios yang belum terbangun, seperti kios anyaman
- e. Evaluasi yang berjalan belum maksimal⁶¹.

3. *Opportunities* (peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh pasar Pongko karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Meningkatkan jumlah penduduk
- b. Sebagian besar masih berbelanja dipasar
- c. Pemberitaan dimedia, baik cetak maupun online.

4. *Threats* (ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga. Faktor-faktor tersebut adalah:

⁶¹Wawancara dengan Sade selaku kepala pasar desa Pongko pada tanggal 20 Januari 2023

- a. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing lain seperti minimarket dan pasar-pasar kecil.
- b. Ancaman naiknya inflasi. Mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih berhemat memasak dirumah daripada membeli di rumah makan. Dan jika ada ancaman inflasi pasti harus ada kenaikan harga di secara bertahap.
- c. Langkanya barang dari petani
- d. Semakin banyaknya mini market dan pasar-pasar kecil
- e. Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal dapat diketahui kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (threats) yang dimiliki Pasar desa Pongko. Melalui Analisis lingkungan strategis dapat diketahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pengembangan pasar tradisional Pasar desa Pongko.

1. Faktor–Faktor Pendukung Faktor–faktor pendukung diperoleh dari kekuatan dan peluang Pasar desa Pongko, berikut adalah faktor pendukung:
 - a. Mempunyai payung hukum atau legalitas yang jelas yakni Peraturan Daerah No. 16 tahun 2010 dan Perda No 49 tahun 2011.
 - b. Tempat yang strategis di pusat Kabupaten Purbalingga.
 - c. Mempunyai cctv di berbagai tempat untuk keamanan dan kenyamanan penjual dan pembeli.

- d. Adanya pengelolaan sampah.
 - e. Mempunyai area yang luas.
 - f. Meningkatkan jumlah penduduk.
 - g. Sebagian besar masih berbelanja di pasar.
 - h. Pemberitaan di media, baik cetak maupun online.
2. Faktor–Faktor Penghambat Faktor–faktor penghambat diperoleh dari hasil analisis kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sebagai berikut:
- a. Belum adanya parkir yang tertata
 - b. Kios lapak belum full
 - c. Terkadang ada kios yang tidak berjualan
 - d. Ada kios yang belum terbangun, seperti kios anyaman
 - e. Evaluasi yang berjalan kurang maksimal
 - f. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing lain seperti mini market dan pasar-pasar kecil
 - g. Ancaman naiknya inflasi. Mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih berhemat memasak dirumah daripada membeli di rumah makan. Dan jika ada ancaman inflasi pasti harus ada kenaikan harga di secara bertahap.
 - h. Langkanya barang dari petani
 - i. Semakin banyaknya mini market dan pasar-pasar kecil
 - j. Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat.

Dari faktor faktor strengths, weakness, opportunities dan threats akan menciptakan strategi baru dan mengetahui apakah analisis swot yang di terapkan di Pasar desa Pongko sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Strengths (kekuatan) dan opportunities (peluang) yang dimiliki Pasar desa Pongko menciptakan strategi SO (strengths opportunities) yang dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (growth oriented strategy). Strengths (kekuatan) dan threats (ancaman) yang dimiliki Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga menciptakan strategi ST (strengths threats) yang merupakan strategi diversifikasi (produk/pasar). Weakness (kelemahan) dan opportunities (peluang) yang dimiliki oleh Pasar desa Pongko menciptakan strategi WO (weakness opportunities) yang dikenal dengan strategi turn around. Weakness (kelemahan) dan threats (ancaman) merupakan strategi WT (weakness threats) merupakan strategi defensive (bertahan).

Setelah melakukan analisis terhadap lingkungan strategis, tahap selanjutnya dalam perumusan strategi yaitu mengidentifikasi isu-isu strategi yang merupakan jantung dari proses perencanaan strategi. Isu strategis diperoleh dari matriks analisis SWOT yaitu dengan mencocokkan kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal) dengan peluang dan ancaman (lingkungan eksternal), sehingga mampu mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi S-O, strategi ST, strategi W-O dan strategi W-T.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal

dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*).

Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor peluang dan ancaman melalui strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model, untuk merumuskan strategi kompetitif.

D. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pengelolaan Pasar di desa Pongko dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang

Menurut Stoner dalam Handoko menyatakan bahwa manajemen (pengelolaan) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah diterapkan. Dalam Islam tidak pernah menggunakan istilah “alsulthah” (wewenang, kekuasaan), sehingga maknanya bisa dibelokkan menguasai atau menghukum. Akan tetapi Islam lebih memilih menggunakan istilah ulil amri dalam firman Allah surat Al-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman ! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhamma), dan ulil Amri (pemenang kekuasaan) diantara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalilah kepada Allah (Al-Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu

beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Dengan adanya wewenang dan tanggung jawab ini memungkinkan untuk menentukan aktivitas manajemen yang dijalankan masing-masing individu. Aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perlu dibagi dalam beberapa kelompok aktivitas. Melalui penetapan kerja yang sesuai dengan bidang dan keahlian masing-masing, syarat ini akan dapat mengupayakan efisiensi kerja yang baik⁶².

Dalam ekonomi Islam pengelolaan Pasar yang baik harus memperhatikan dan mempertimbangan hal-hal yang dapat sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Perananan pengelola pasar sangat penting untuk lebih menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna.

Rasulullah saw sendiri telah menjalankan fungsi sebagai pengawas pasar atau Al-Hisbah. Rasulullah SAW sering melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Seringkali dalam inspeksinya, beliau banyak menemukan praktik bisnis yang tidak jujur sehingga beliau menegurnya. Rasulullah SAW juga banyak memberikan pendapat, perintah maupun larangan demi terciptanya pasar yang Islami.

Al-Hisbah adalah lembaga yang berfungsi untuk memerintahkan kebaikan sehingga menjadi kebiasaan dan melarang hal yang buruk ketika

⁶²Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008). 94-95

hal itu telah menjadi kebiasaan umum. Sementara, tujuan al-hisbah adalah untuk memerintahkan apa yang disebut sebagai kebaikan dan mencegah apa yang secara umum disebut sebagai keburukan di dalam wilayah yang menjadi kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah umum khusus lainnya, yang tak bisa dijangkau oleh institusi biasa.

Dalam ekonomi Islam pengelolaan Pasar yang baik harus memperhatikan dan mempertimbangan hal-hal yang dapat sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Setiap apa yang diperbuat oleh manusia maka ia harus mempertanggung jawabkannya. Agama mengajarkan umatnya untuk membuat perencanaan yang matang dan itqan, karena setiap pekerjaan akan menimbulkan sebab akibat. Adanya perencanaan yang baik akan menimbulkan hasil yang baik juga sehingga akan disenangi oleh Allah. Tentunya penilaian yang paling utama hanya penilaian yang datangnya dari Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT tentang perubahan.

Pasar adalah tempat yang mempunyai aturan yang disiapkan untuk tukar menukar hak milik dan menukar barang antara produsen dan konsumen. Di pasar masyarakat bisa mendapatkan kebutuhannya dan tidak ada orang yang tidak memerlukan pasar.⁶³ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pasar adalah milik semua orang, karena pasar adalah milik semua orang. Maka disetiap orang mempunyai kepentingan yang berbeda. Perbedaan kepentingan

⁶³Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, terj. Asmuni Solihan Zamakhsyari, (Jakarta: Khalifa, 2003), 599-600

tersebut dapat menyebabkan timbulnya permasalahan pasar yang tidak bisa terpecahkan tanpa adanya intervensi/campur tangan dalam bentuk regulasi dan pemerintah, sebagaimana yang terjadi pada kasus pengelolaan pasar di desa Pongko, kec. Walenrang, kab. Luwu.

Adapun permasalahan pasar yang sekarang sedang terjadi pada pengelolaan pasar tradisional Pongko adalah kurangnya perhatian akan kesejahteraan pedagang dipasar tersebut. Oleh karena itu, dalam hal ini kepala pasar berkewajiban melakukan revisi tentang tatanan pengelolaan pasar tradisional Pongko .

Menurut Islam negara memiliki hak untuk melakukan intervensi terhadap mekanisme pasar, baik itu dalam bentuk pengawasan, pengaturan, maupun pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh masyarakat. Dengan demikian di daerah manapun selalu ada campur tangan atau intervensi pemerintah terhadap mekanisme pasar termasuk juga kepala desa. Bahkan termasuk di negara kapitalis atau negara maju pun, tidak ada yang bisa bebas dari intervensi pemerintahnya, yang ada ialah perbedaan kadarnya.⁶⁴

Berdasarkan paparan diatas, maka regulasi pemerintah terhadap mekanisme pasar bertujuan untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang tidak bisa diselesaikan oleh masyarakat atau pedagang khususnya. Oleh karena itu, bentuk regulasi pemerintah terhadap mekanisme pasar juga harus menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang sedang terjadi di masyarakat.

⁶⁴Jalaluddin Abdurrahman Ibn Abi Bakr al Suyuti, *Al Ashbah al Nazair fi Qawaid wa furu' Fiqh a Shafi'iyah*, editor Muhammad Tamar, (Iskandariyah: Dar al Salam, 2009), 84

Regulasi pemerintah diharapkan mengarah kepada perlindungan terhadap pedagang tradisional yang terkena imbas atas keberadaan modern karena dasar hukum yang menaunginya sudah tidak relevan lagi karena pertumbuhan ekonomi saat ini sangat pesat.

Pada intinya regulasi yang telah dibuat harus sejalan dengan syariat Islam. meskipun demikian perlu dilakukan kajian ulang lagi karena sudah tidak relevan lagi dengan kondisi perekonomian saat ini di desa Pongko khususnya yang berhubungan dengan pengelolaan pasar tradisional Pongko. Bentuk pengelolaan serta kebijakan tersebut relevan dengan hukum Islam yang berdasarkan pada konsep kaidah Fiqh dengan dasar atas kemaslahatan, yaitu:

تَصَرَّفُ الْإِمَامِ عَلَى الرُّعِيَّةِ مَنُوطٌ بِالْمَصْلَحَةِ

Artinya:

Kebijakan seorang pemimpin terhadap rakyatnya bergantung kepada kemaslahatan

Kaidah fiqh tersebut di atas menjelaskan bahwa tindakan dan kebijaksanaan ditempuh oleh pemimpin atau yang bertanggung jawab harus sejalan dengan kepentingan umum bukan untuk golongan atau untuk diri sendiri. Penguasa adalah pengayom dan pengemban kesengsaraan rakyat. Kaidah ini berasal dari fatwa Imam Asy-Syafi'i.

مَنْزِلَةُ الْإِمَامِ مِنَ الرُّعِيَّةِ مَنْزِلَةُ الْوَالِي مِنَ الْيَتِيمِ

Artinya:

Kedudukan imam terhadap rakyat adalah seperti kedudukan wali terhadap anak yatim.

Dengan demikian bisa diartikan bahwa keputusan seorang pemimpin haruslah selalu berorientasi kepada kebaikan masyarakat. Karena seorang pemimpin merupakan orang yang memiliki kekuasaan terhadap yang dipimpinnya. Karena salah satu bentuk kekuasaan yang diperoleh oleh seorang penguasa adalah memutuskan suatu perkara atau menentukan suatu kebijakan. Maka dari itu, jika berpegang pada kaidah di atas apa yang diputuskan oleh seorang pemimpin atau kebijakan apa diambil haruslah memiliki orientasi yang baik, yang membawa kemaslahatan kepada yang dipimpinnya. Imam syafi'i berassumsi bahwa kedudukan seorang pemimpin sama dengan kedudukan walinya anak yatim.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pengelolaan di pasar Pongko kecamatan Walenrang Utara dalam meningkatkan pendapatan bagi para pedagang dapat diketahui ada survey pasar yang mana dilakukan setiap hari yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kenaikan atau penurunan harga barang yang ada di pasar, penambahan jumlah berkaitan dengan kebijakan pasar Pongko seperti contoh perbaikan infrastruktur dan penambahan lapak, perluasan pasar, serta promosi pasar. Di mana masing-masing strategi terdapat program yang memberikan peningkatan bagi para pedagang dan masyarakat. Di dalam melakukan sebuah tindakan strategi pengelolaan maka diperlukan yang namanya analisis lingkungan yang mengacu dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Proses strategi pengelolaan yang ada di pasar tradisional Pongko kecamatan Walenrang Utara umumnya sama dengan pasar lainnya, banyak dilakukan revitalisasi atau perbaikan yang menjadi kekurangan dari pasar tradisional Pongko dan tentunya tidak lepas dari pemerintah daerah sebagai pengelola.
2. Strategi pengelolaan Pasar Tradisional Pongko Kecamatan Walenrang Utara tidak sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah karena belum memiliki sifat dan prinsip-prinsip ekonomi Islam, antara lain prinsip kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan. Apa yang dilakukan

oleh pihak pengelola pasar Tradisional Pongko Kecamatan Walenrang Utara bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

B. Saran

1. Untuk pengelola Pasar Tradisional Pongko Kecamatan Walenrang Utara diharapkan pengelola pasar lebih meningkatkan kinerjanya secara menyeluruh dalam segala aspek sehingga dapat mengantisipasi segala kecurangan-kecurangan dan ketidakadilan yang terjadi di Pasar Tradisional Pongko. Inisiatif dari pihak pengelola pasar tentunya sangat diperlukan yaitu dengan mengatur atau mentata para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong didalam pasar.
2. Untuk pedagang Pasar Tradisional Pongko Diharapkan para pedagang juga mengambil peran penting dalam pembangunan dan kemajuan pasar tradisional pongko, dimulai dari hal-hal kecil seperti menjaga kebersihan pasar agar konsumen lebih nyaman saat berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Jalaluddin Ibn Abi Bakr al Suyuti. 2009. *Al Ashbah al Nazair fi Qawaid wa furu' Fiqh a Shafi'iyah*, editor Muhammad Tamar. Iskandariyah: Dar al Salam.
- Adi, Rianto. 2015. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, edisi I. Jakarta: Granit.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ketiga. Jakarta: Kencana.
- Cardoso Gomes, Faustino. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andi. Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hadi, Sutrisno. 2003. *Metodologi Research*, Jilid II. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Handoko, Toni. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Haritsi, Jaribah bin Ahmad Al. 2003. *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab, terj. Asmuni Solihan Zamakhsyari*. Jakarta: Khalifa.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bmi Aksara.
- <https://infonesia.id/wilayah/sulawesi-selatan/luwu/walenrang-utara/pongko/>,
Diakses pada tanggal 28 Februari 2023 pukul 11.43
- Hunger, J. David & Wheelen, L. Thomas. 2009. *Manajemen Strategis, terj. Julianto Agung*. Yogyakarta: Andi.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ismail Yusanto, Muhammad dan Karebet Widjajakusuma, Muhammad. 2002. *Manajemen Strategis: Perspektif Syari'ah*. Jakarta: Khairul Bayan.

- Jauch, Lawrence R. dan F. Glueck, William. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi ketiga, terj. Murad dan Henry Sitanggang. Jakarta: Erlangga.
- Kasdar. 2023. Selaku sekretaris desa Pongko, Wawancara pada tanggal 20 Januari.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir dan Jakfar. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana.
- Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2010. Bogor: Kementerian Agama RI. Koentjaraningrat. 1994. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 1999. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kitab Undang-undang hukum acara pidana Pasal 1 angka 1
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Muhammad Abdul Mannan. 2019. *Ekonomi Islam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Dana Bhakti.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2003. *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah*. Jakarta: Khairul Bayan.
- Noor, Juliansa. 2017. *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karaya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Pearce II, John A. dan Robinson, Jr Richard B. 2008. *Manajemen-Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rokan, Mustafa Kamal. 2010. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rosilawati,. 2023. Selaku kepala desa Pongko, Wawancara Pada tanggal 20 Januari.

- Rukajat,Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, Cet. 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Sade. 2023. Selaku kepala pasar desa Pongko, Wawancara pada 20 Januari.
- Satoro, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; Alfabeta.
- Siagian, Sondang P. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu. 2008. *Manajemen Syariah sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. *Figh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Suhendra, K. 2007. *Manajemen dan Organisasi dalam Realita Kehidupan*. Bandung: Mandar Maju.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Grahallmu.
- Terry, George R. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta Bumi Aksara.
- Usman, Husain. *Manajemen, Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Usman, Husaini & Setiady Akbar, Purnomo. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wawancara dengan pedagang bahu jalan pada tanggal 25 Januari 2023.
- Wawancara dengan pedagang los terbuka pada tanggal 25 Januari 2023.
- Wawancara dengan pedagang los tertutup pada tanggal 25 Januari 2023
- Wibowo, Sukarno. 2000. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung CV Pustaka Setia.
- William F. Glauck dan Lawrench R. Jauch. *Manajemen Strategis danKebijakan Perusahaan*.Jakarta: Erlangga.

Wawancara dengan sekretaris Desa Pongko, kecamatan Walenrang, kabupaten Luwu



Wawancara dengan ibu desa Pongko, kecamatan Walenrang, kabupaten Luwu



Wawancara dengan kepala pasar desa Pongko, kecamatan Walerang, kabupaten Luwu



Wawancara dengan pedagang pasar desa Pongko, kecamatan Walerang, kabupaten Luwu



Wawancara dengan konsumen pembeli dipasar desa Pongko, kecamatan Walenrang, kabupaten Luwu



Kondisi pasar desa Pongko, kecamatan Walenrang, kabupaten Luwu



PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana peran pasar tradisional bagi kemajuan pembangunan desa?
2. Bagaimana peran pemerintah setempat dalam mengatasi kekurangan yang ada di pasar pongko?
3. Bagaimana pengelolaan pasar di desa Pongko?
4. Apa yang menyebabkan kurangnya pendapatan para pedagang?
5. Setiap hari apa saja pasar desa pongko beroperasi? Dan apakah setiap hari operasionalnya pendapatan pedagang stabil?
6. Bagaimana kualitas barang yang dijual di desa Pongko?
7. Apa bedanya berbelanja di pasar Pongko dengan pasar Saluampak?
8. Bagaimana harga barang di desa Pongko? Apakah lebih murah atau mahal dibandingkan dengan harga pasar lainnya?
9. Apakah pasar pongko melakukan pungutan harian untuk kebersihan pasar?
10. Apakah pasar pongko memiliki pembuangan sampah dan kamar mandi umum di sekitar pasar?