

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Prospek Usaha

1. Pengertian Prospek

Prospek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah peluang dan harapan, pandangan (ke depan), pengharapan (memberi), harapan baik, kemungkinan. Menurut Siswanto Sutojo, prospek adalah gambaran keseluruhan, baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan pemasaran yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dari aktivitas pemasaran atau penjualan. Siswanto menjelaskan bahwa prospek tidak hanya mengenai hal-hal positif seperti peluang, namun hal negatif juga dari rencana bisnis tersebut.¹

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan peluang sebagai kesempatan (ruang gerak) baik dalam bentuk konkret maupun abstrak. Sehingga peluang kewirausahaan dapat diartikan kesempatan pasti yang bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan mengandalkan potensi diri yang ada serta memanfaatkan berbagai kesempatan atau peluang yang ada segera diambil.²

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam

¹ Siswanto Sutojo (2018). *Peranan Penting Manajemen Pemasaran Yang Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara, hal. 56.

² Muhammad Anwar (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenada, hal. 31.

maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar, seperti tersedianya sarana transportasi, komunikasi, penggunaan teknologi baru meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan harapan dapat memberikan keuntungan atau manfaat kepada pengusaha.³

2. Indikator Prospek

Menurut Hendro terdapat cara dalam melakukan pengukuran prospek suatu usaha dapat dilakukan dengan cara menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Indikator pengukur peluang adalah dengan melakukan analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang bisnis mencakup keselarasan, keserasian dan keharmonisan antara profil SDM, jenis bisnis yang akan dijalankan, kondisi dan situasi pasar, serta perilaku konsumen.⁴

Menurut Arif Yusuf Hamali analisis SWOT diklasifikasikan berdasarkan 4 klasifikasi dasar, yakni:⁵

- a. *Strengths* (S) merujuk pada keadaan yang menguntungkan dari sebuah organisasi atau program yang sedang dijalankan

³ M. Relona (2006). *Kamus Istilah Ekonomi Populer*, Jakarta: Gorga Media, Cet. Ke-3, hal. 23.

⁴ Mufti Al-Manfaluthi (2022). *Prospek Usaha Pedagang...*, hal. 26.

⁵ Arif Yusuf Hamali (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group, hal. 110.

- b. *Weaknesses* (W) merujuk pada keadaan yang mengarahkan usaha kepada keadaan yang merugikan untuk sebuah organisasi atau program yang dilaksanakan
- c. *Opportunities* (O) merujuk pada keadaan eksternal dari organisasi yang positif dan dapat memberikan kesempatan untuk pertumbuhan atau pengembangan organisasi di masa yang akan datang
- d. *Threats* (T) merujuk pada keadaan eksternal sebuah organisasi yang negatif dan dapat memberikan ancaman untuk kelangsungan hidup organisasi di masa yang akan datang

Adapun strategi analisis SWOT menurut Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda sebagai berikut:⁶

- 1) Strategi SO, dilakukan dengan melaksanakan pengembangan strategi yang menggunakan dengan maksimal kekuatan (S) dan peluang (O) yang tersedia
- 2) Strategi WO, adalah pengembangan yang dilakukan pada sebuah langkah dalam pemanfaatan peluang (O) guna menangani kelemahan (W) yang ditemukan
- 3) Strategi ST, adalah pengembangan yang dilakukan pada sebuah langkah dalam pemanfaatan kekuatan (S) guna menyingkirkan (T)

⁶ Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, hal. 28.

- 4) Strategi WT, adalah pengembangan yang dilakukan pada sebuah langkah dalam menangani kelemahan (W) dan menyingkirkan ancaman (T)

3. Pengertian Usaha

Kata usaha memiliki beberapa pengertian tergantung pada bidang apa kata tersebut akan ditelaah. Dalam konteks kehidupan sehari-hari, usaha diartikan sebagai kegiatan. Dalam bidang ekonomi, kata usaha memiliki pengertian melakukan kegiatan untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Kata usaha seringkali diikuti juga oleh kata ekonomi. Usaha ekonomi adalah seluruh kegiatan yang dikembangkan secara ekonomi yang mendatangkan laba dari hasil menjual barang.⁷

Pengerahan tenaga serta pikiran dalam mendapatkan keinginan yang hendak dicapai atau memperoleh keuntungan disebut sebagai usaha. Usaha sering dilakukan dengan bekerja keras dan gigih untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, usaha dapat didefinisikan dengan aktivitas yang dilakukan baik itu oleh individu maupun kelompok dalam mendapatkan penghasilan dalam upaya pemenuhan dan cita-cita dalam hidupnya dengan cara yang efektif dan efisien dalam mengelola sumber daya ekonomi.⁸

⁷ Puji Muniarty, dkk. (2021). *Strategi Manajemen Pengelolaan Resiko Perusahaan*. Cirebon: Insania, hal. 19.

⁸ Suswati Nasution, dkk. (2019). Menggali Potensi Usaha Kuliner Sebagai Peluang Peningkatan Keuangan Keluarga. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, Vol 02 Nomor 01. hal. 41

B. Pedagang Kaki Lima

1. Pedagang
 - a. Pengertian Dagang

Pedagang dapat dijelaskan sebagai orang atau badan yang memperjualbelikan barang maupun jasa di pasar. Membeli dan menjual adalah tindakan memperoleh produk untuk dijual kembali.⁹ Pedagang dapat diartikan sebagai orang yang memperdagangkan barang yang tidak diproduksi oleh dirinya sendiri dengan tujuan memperoleh keuntungan.¹⁰ Mereka aktif melakukan perdagangan dan memandangnya sebagai pekerjaan. Secara umum, pedagang dapat diartikan sebagai individu yang memiliki keterlibatan dalam perdagangan dan menjadikannya sebagai pekerjaan dalam kesehariannya.¹¹

Pedagang merupakan setiap individu yang menjalankan bisnis sebagai pekerjaan utama mereka. Secara umum, tindakan usaha ini melibatkan pembelian barang yang ditujukan sebagai produk yang

⁹ Dennis Ulfan Nanda dan Khusnul Fikriyah. (2020). Perilaku Pedagang Pasar Badar Kecamatan Mojojoto Kota Kediri dalam Perspektif Prinsip Dasar Pasar Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 06 Nomor 03 hal. 3

¹⁰ Margaretha Lasni Rhussary. (2020). Persepsi Toko Kelontong Terhadap Ritel Modern di Samarinda Tahun 2019. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran IKIP PGRI Kalimantan Timur*, Vol 04 Nomor 02. hal. 3

¹¹ Masita Anwar, (2021), *Analisis Pengaruh Pengetahuan Pedagang Tentang Riba Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kredit Pada Rentenir (Studi Kasus Tempat Pelelangan Ikan Rajawali Makassar)*. Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, hal. 9.

akan diperjualbelikan lagi.¹² Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pedagang didefinisikan sebagai seseorang yang mencari penghidupan dengan menjalankan usaha dagang. Pedagang adalah orang yang melakukan bisnis penjualan, bisnis dalam bidang kerajinan dan bentuk usaha lainnya.¹³ Aktivitas berdagang pada umumnya merupakan aktivitas pembelian barang untuk dijual kembali.¹⁴ Adapun pedagang dikategorikan menjadi tiga, yaitu:¹⁵

- 1) Pedagang besar, distributor dan agen tunggal distributor merupakan jenis pedagang yang melakukan pembelian produk atau barang secara langsung dari produsen. Pedagang besar memiliki wilayah atau daerah tertentu yang diberikan wewenang oleh produsen
- 2) Pedagang menengah/agen/grosir adalah tipe pedagang yang mendapatkan barang dagangannya dengan membeli dari distributor atau agen tunggal dan mendapatkan wilayah penjualan yang kecil dan wilayah tersebut didapatkan dari distributor
- 3) Pedagang eceran atau pengecer merupakan jenis pedagang yang melakukan penjualan barang secara langsung kepada konsumen

¹² Wahyu Rizki Ramadan, (2021), *Etika Pedagang Ikan Asin Pasar Minggu Kota Bengkulu dalam Menjalankan Akad Jual Beli Kredit*. Skripsi, Bengkulu: IAIN Bengkulu, hal. 30.

¹³ Masita Anwar (2021). *Analisis Pengaruh Pengetahuan...*, hal. 10.

¹⁴ Dennis Ulfan Nanda dan Khusnul Fikriyah (2020). *Perilaku Pedagang Pasar...*, hal. 3.

¹⁵ Agus Tarmo K, (2020), *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sumoroto Kauman Ponorogo*. Skripsi, Ponorogo: IAIN Ponorogo, hal. 31.

akhir dalam jumlah satuan atau dengan mengecer barang dagangannya

b. Perilaku Dagang

Manusia sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai moral yang dianut dalam kehidupan bermasyarakat, nilai tersebut termasuk dalam hal berekonomi. Sebagai individu, tindakan-tindakan ekonomi yang dilakukan harus memperhatikan norma-norma moral yang berlaku di lingkungan masyarakat.¹⁶ Sikap seseorang mempengaruhi perilakunya dan sikap itu dipengaruhi oleh pengetahuan dan norma yang dianut oleh individu dalam kehidupannya. Oleh karena itu, dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan, baik konsumen maupun pedagang selalu dipengaruhi oleh pengetahuan, pemikiran dan kepercayaan yang diyakininya. Perilaku ekonomi bukanlah sesuatu yang objektif, karena selain dipengaruhi oleh pengetahuan rasional, perilaku tersebut juga dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini oleh individu. Usaha mandiri juga didasarkan pada prinsip-prinsip moral yang dipercayai sebagai bagian dari perilaku ekonomi. Menurut bidang ilmu ekonomi, perilaku usaha mandiri tidak hanya mempertimbangkan kebenaran faktor-faktor atau kepatuhan pada hukum serta pengalaman semata,

¹⁶ Muhammad Absor, (2021), *Analisis Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Empat Enam Kelurahan Sijenjang Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi)*. Skripsi, Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, hal. 19.

tetapi juga mempertimbangkan baik atau buruknya faktor-faktor tersebut menurut etika.¹⁷

Berdasarkan pada konsep *falah* yang dapat dilihat dalam al-Qur'an tujuan ekonomi Islam adalah sebagai wadah dalam meningkatkan kebermanfaatan yang didapatkan semua pihak. Umumnya, prinsip ini mengaitkan prinsip-prinsip ekonomi dengan nilai-nilai moral. Kegiatan ekonomi harus memiliki dasar yang dapat mencapai kesuksesan dan kebahagiaan. Ketika membuat keputusan yang terkait dengan ekonomi, nilai etika seharusnya dijadikan sebagai norma dan segala hal yang terkait dengan ekonomi harus dipertimbangkan sebagai hubungan moral.¹⁸

2. Pedagang Kaki Lima
 - a. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Menurut Winardi, Pedagang kaki lima adalah individu dengan modal yang terbatas yang melakukan kegiatan produksi dan penjualan produk tersebut guna memberikan pemenuhan kebutuhan bagi suatu kelompok dalam masyarakat. Mereka memilih tempat untuk beroperasi dilokasi-lokasi strategis disekitar area lingkungan yang

¹⁷ Alpi Rahmatika, (2022), *Analisis Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Buah-Buahan Pasar Cikurubuk)*. Skripsi, Tasikmalaya: Universitas Siliwangi, hal. 8-9.

¹⁸ Dyan Arrum Rahmadani, (2017), *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi, Makassar: UIN Alauddin Makassar, hal. 15.

tidak resmi.¹⁹ Pedagang kaki lima biasanya menggunakan perlengkapan yang mudah dipindahkan atau tidak permanen. Mereka beroperasi diluar area pertokoan atau pasar, seperti dipinggir jalan umum, lapangan dan lokasi diatas tanah milik pemerintah.²⁰ Pedagang kaki lima dikategorikan sebagai jenis usaha yang paling banyak terjadi di masyarakat dan termasuk jenis usaha yang tidak resmi. Kelompok pedagang kaki lima ini terdiri dari orang-orang dari lapisan masyarakat yang ekonominya rendah dan menempati kategori terendah dalam strata ekonomi Indonesia secara struktural, dimana terdapat pengusaha besar, menengah dan kecil. Namun, sektor informal atau sering diidentifikasi dengan pedagang kaki lima sebenarnya memiliki peran dan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian dalam sebuah negara. Sekurang-kurangnya, pedagang kaki lima juga turut berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara.²¹

Istilah “pedagang kaki lima” telah populer di Indonesia dan popularitasnya memiliki konotasi positif dan negatif. Secara positif, pedagang kaki lima memberikan kesempatan kerja bagi orang yang menganggur. Orang-orang yang menganggur ini kemudian menjadi

¹⁹ I Komang Adi Antara dan Luh Putu Aswitari. (2016). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Barat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol 05 Nomor 11 hal. 1266

²⁰ Nurlaila Hanum. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol 01 Nomor 01. hal. 78

²¹ Satararuddin, dkk. (2020). Analisis Kualitatif Keberadaan Pedagang Kaki Lima di Kota Mataram. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 02 Nomor 2. hal. 170

kreatif dengan menciptakan ide-ide untuk memulai usaha mandiri dengan modal yang terbatas atau bahkan tanpa modal. Umumnya, barang yang dijual oleh pedagang kaki lima merupakan produk konvensional yang diproduksi dengan aspek emosional maupun dibeli dari produsen. Pada awalnya, harga yang ditawarkan sangat tinggi, tetapi harga tersebut dapat dinegosiasikan menjadi harga yang rendah. Oleh karena itu, keuntungan dapat dirasakan pedagang maupun pembeli. Namun, secara negatif, pedagang kaki lima seringkali tidak memperhatikan masalah ketertiban, keamanan, kebersihan dan kekacauan, yang dapat menyebabkan ketidakrapihan dan sampah yang tertimbun merata disekitarnya. Hal negatif ini seringkali menimbulkan masalah bagi pemerintah daerah atau kota dalam menciptakan tata kota yang indah dan harmonis. Oleh karena itu, pemerintah berupaya untuk menertibkan pedagang kaki lima dengan menempatkannya ditempat yang memadai, mudah diakses oleh konsumen dan memberikan rasa aman serta nyaman bagi para pembeli.²²

b. Ciri - Ciri Pedagang Kaki Lima

Adapun ciri-ciri pedagang kaki lima yaitu:²³

- 1) Kegiatan usaha, tidak terorganisir secara baik
- 2) Tidak memiliki surat izin usaha

²² *Ibid.*,

²³ Rholen Bayu Saputra. (2014). Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Berjualan di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan). *Jurnal Jom FISIP*, Vol 1 Nomor 02. hal. 5

- 3) Tidak teratur dalam kegiatan usaha, baik ditinjau dari tempat usaha maupun jam kerja
- 4) Bergerombol di trotoar, atau di tepi-tepi jalan protokol, di pusat-pusat dimana banyak orang ramai
- 5) Menawarkan barang dagangannya sambil berteriak, kadang-kadang berlari mendekati konsumen

c. Peranan Pedagang Kaki Lima dalam Perekonomian

Pedagang kaki lima dari sisi perekonomian yaitu:²⁴

- 1) Peningkatan jumlah barang dan jasa yang menyebabkan semakin meningkatnya pendapatan daerah
- 2) Pedagang kaki lima dapat menyerap tenaga kerja khususnya tenaga kerja yang tidak memiliki keterampilan dan keahlian
- 3) Peningkatan pendapatan masyarakat
- 4) Berpengaruh terhadap perkembangan industri hilir dan hulu

C. Persaingan Bisnis

1. Tinjauan Persaingan

a. Pengertian Persaingan

Berdasarkan pada kajian yang dilakukan oleh Marbun, persaingan adalah suatu aktivitas dimana dua atau lebih perusahaan berlomba untuk memenangkan pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Tujuan persaingan adalah untuk mencapai berbagai hal yang diinginkan, seperti pangsa pasar, posisi

²⁴ Syarief Gerald Prasetya dan Yustiana Wardhani. (2018). Analisis Dampak Ekonomi Pedagang Kaki Lima di Kota Bogor dengan Pendekatan Input Output Analysis. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* Vol 10 Nomor 02 hal. 102

teratas dalam survei, sumber daya yang dibutuhkan atau kepuasan konsumen. Dalam persaingan, organisasi atau individu bersaing untuk merebut perhatian dan kepercayaan konsumen. Setiap pelaku usaha melakukan berbagai upaya guna menarik minat konsumen dengan memberikan tawaran produk dan jasa yang menarik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Untuk unggul dalam persaingan memperoleh kepercayaan konsumen, perpaduan antara faktor-faktor tersebut dapat dicapai melalui inovasi, penggunaan teknologi yang sesuai dan keahlian dalam mengelola untuk memberikan arahan bagi penggunaan sumber daya perusahaan. Pelaku usaha jarang beroperasi secara mandiri dalam memasarkan produk dan jasa mereka ke suatu pasar tertentu. Perusahaan harus bersaing dan ditangani dengan baik agar pengusaha mendapatkan loyalitas pelanggan dan pangsa pasar dapat dipertahankan. Dalam situasi persaingan antara pelaku usaha, mereka akan berusaha untuk saling mengalahkan satu sama lain dalam merebut konsumen dan meningkatkan pangsa pasar mereka.²⁵

Christopher Pass dan Bryan Lowes berpendapat bahwa kebijakan persaingan berkaitan dengan peningkatan efisiensi penggunaan sumber daya dan melindungi kebutuhan konsumen. Tujuannya adalah untuk memastikan terwujudnya pasar yang optimal dengan biaya produksi terendah, harga dan keuntungan yang adil serta teknologi

²⁵ Amanda Ayu Rizkia dan Suci Rahmawati. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Anti Monopoli dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, dan Pelaku Usaha (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* Vol 02 Nomor 05 hal. 635

yang lebih maju untuk mengembangkan produk.²⁶ Pendapat lain dari Hermansyah menyatakan apabila persaingan usaha memiliki keterkaitan dengan permasalahan disektor persaingan usaha yang perlu dipahami oleh pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya dengan efektif dan melindungi konsumen.²⁷

b. Dampak Positif dan Negatif Adanya Persaingan

Persaingan usaha dapat memberikan pengaruh yang berbeda pada pelaku usaha, baik positif maupun negatif. Dampak positif dari persaingan usaha antara lain meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumber daya ekonomi, mendorong perbaikan kualitas produksi dan inovasi teknologi serta memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih produk atau jasa yang sesuai dengan harga yang pantas. Pada hal yang sebaliknya, jika persaingan usaha tidak diatur dengan baik dan dikelola dengan tidak wajar, maka dapat menimbulkan dampak negatif. Persaingan yang tidak sehat dapat merugikan pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, hal tersebut dapat memunculkan praktek monopoli yang bertentangan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha.²⁸

²⁶ *Ibid.*,

²⁷ *Ibid.*, hal. 636.

²⁸ Mashur Malaka. (2014). Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha. *Jurnal Al-'Adl*, Vol 07 Nomor 02. hal. 44

2. Tinjauan Tentang Pasar

a. Pengertian Pasar dalam Islam

Pasar merupakan tempat dimana para penjual dan pembeli dapat bertemu dan melakukan transaksi jual-beli berbagai barang dan jasa. Pasar dianggap sebagai mekanisme alami dalam kegiatan ekonomi yang telah ada sejak zaman kuno. Di pasar, para penjual menawarkan barang dan jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, sementara pembeli, harga barang dan jasa akan terbentuk secara kompetitif dan pasar menjadi tempat untuk menemukan kesepakatan antara kedua pihak. Pasar dapat ditemukan diberbagai tempat, seperti pasar tradisional, pasar modern atau pasar *online*. Dalam Islam pasar sangatlah penting dalam perekonomian. Pasar terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi *sunatullah* yang telah di jalani selama berabad-abad.²⁹

Pasar di Indonesia selama ini terfokus pada tujuan untuk mencapai keuntungan maksimal dan cenderung mengabaikan kepentingan yang lebih luas. Sistem tersebut kurang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang menempatkan nilai manfaat yang lebih luas dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam mekanisme pasar dan memandang setiap aktivitas ekonomi harus mengacu pada konsep yang mementingkan kebermanfaatan bagi masyarakat luas, menggunakan etika, nilai, serta norma dalam masyarakat sebagai

²⁹ Ain Rahmi. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 04 Nomor 02. hal. 178

pedoman.³⁰ Konsep syariah memiliki tiga karakteristik utama, yaitu keadilan, penghindaran aktivitas yang dilarang dan perhatian pada manfaat. Ketiga prinsip ini bertujuan menciptakan sistem ekonomi yang seimbang, dimana keuntungan dan prinsip syariah diperhatikan secara proporsional dalam aktivitas pasar.³¹

b. Jenis – Jenis Pasar

Jenis Pasar menurut waktunya, terbagi menjadi:³²

- 1) Pasar harian, diadakan setiap hari dan biasanya menjual berbagai macam barang kebutuhan konsumsi sehari-hari
- 2) Pasar mingguan, hanya diadakan seminggu sekali, biasanya terdapat di daerah yang penduduknya masih sangat jarang, misalnya pedesaan
- 3) Pasar bulanan, diadakan sebulan sekali di daerah-daerah tertentu, contohnya adalah pasar hewan
- 4) Pasar tahunan, diadakan setahun sekali dan umumnya bersifat nasional, contohnya adalah pasar pameran pembangunan dan pekan raya Jakarta
- 5) Pasar temporer, diselenggarakan dalam suatu waktu tertentu dan tidak rutin. Biasanya pasar ini diadakan guna merayakan suatu peristiwa tertentu, contohnya adalah bazar

³⁰ *Ibid.*,

³¹ *Ibid.*, hal. 179.

³² Zulki Zulkifli Noor (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish, hal. 6.

Jenis pasar menurut cara transaksinya dibedakan menjadi:³³

- 1) Pasar tradisional, merupakan pasar di mana penjual dan pembelinya dapat saling tawar menawar secara langsung. Barang yang dijual biasanya berupa barang kebutuhan pokok keseharian
- 2) Pasar modern, merupakan pasar yang bersifat modern dan menyediakan berbagai macam barang yang diperjualbelikan dengan harga yang pas dan dilayani sendiri oleh konsumen tersebut. Pasar modern biasanya dapat ditemui dengan mudah di mall maupun di pusat-pusat perbelanjaan di sebuah kota

c. Karakteristik Pasar

Pasar tradisional meskipun memiliki kondisi fisik yang kurang memadai, namun masih memiliki keistimewaan yang menarik bagi sebagian konsumen yang masih memilih setia berbelanja disana. Berdasarkan pernyataan Sulistyono dan Cahyono, pasar tradisional memiliki daya tarik tersendiri karena harga yang lebih terjangkau dan bisa ditawar, lokasi yang seringkali dekat dengan tempat tinggal konsumen, beragam pilihan makanan dan produk segar yang tersedia, serta menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat secara lengkap.³⁴

Pasar modern berdasarkan penjelasan dari Witz dan Whitfield merupakan sebuah pasar yang menawarkan suasana yang nyaman, pelayanan yang baik dan produk yang bervariasi dalam satu tempat,

³³ *Ibid.*, hal. 5.

³⁴ Ratna Asribestari dan Jawoto Sih Setyono. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen. *Jurnal Teknik PWK Vol 02 Nomor 03* hal. 541

sehingga menambah ketertarikan konsumen untuk berbelanja disana. Dalam pasar modern, tidak terjadi interaksi langsung antara konsumen dan pedagang. Penelitian lebih lanjut yang dilaksanakan oleh Subandi menyatakan bahwa pasar modern memiliki keunggulan dalam menerapkan konsep profesionalisme dan pelayanan berkualitas tinggi guna menarik sebanyak mungkin konsumen. Hal ini tercermin dalam desain bangunan yang memperhatikan keterpaduan dan kenyamanan, melalui penyediaan lahan parkir, ruang yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilahan jenis barang, serta pelayanan yang memanjakan konsumen dari pramuniaga.³⁵

D. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam berasal dari dua kata yaitu ekonomi dan Islam. Muhamad Abdullah Manan menyatakan bahwa, ekonomi Islam ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³⁶ Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang multidimensi, komprehensif, dan saling terintegrasi, meliputi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, dan juga ilmu rasional, dengan ilmu manusia dapat mengatasi masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai falah (kebahagiaan).

³⁵ *Ibid.*, hal. 541-542.

³⁶ Mustafa Edwin, dkk, (2016). *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, hal. 16.

Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar Islam, yaitu tauhid dan berdasarkan rujukan Al-Qur'an dan Sunnah seperti memenuhi kebutuhan dasar manusia, meliputi pangan, sandang, papan, kesehatan serta pendidikan untuk setiap lapisan masyarakat. Ada dua istilah yang sering digunakan, untuk ekonomi Islam yaitu ekonomi syari'ah dan ekonomi Islam, keduanya merujuk pada satu azas, yakni ekonomi yang berdasarkan prinsip syari'ah.³⁷

Sistem ekonomi dalam Islam memiliki perbedaan mendasar dengan sistem ekonomi lainnya. Sistem ekonomi Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariat yang membentuk pandangan dunia, strategi dan tujuan yang berbeda dari sistem ekonomi sekuler yang dominan saat ini. Konsep ekonomi Islam sarannya tidak hanya berdasarkan kepada material saja, akan tetapi mencakup juga hal-hal yang immaterial, seperti kebahagiaan manusia (*al-falah*), kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*), aspek persaudaraan (*ukhuwwah*), keadilan sosial ekonomi dan kebutuhan-kebutuhan spiritual umat manusia lainnya.³⁸

³⁷ Nurul Hak (2011). *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah Mengupas Ekonomi Islam, Bank Islam, Bunga Uang dan Bagi Hasil, Wakaf Uang dan Sengketa Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta: Teras, hal. 1.

³⁸ *Ibid.*, hal. 9.

2. Prinsip – Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah asas atau kebenaran yang menjadi pokok dasar pemikiran dan bertindak. Sedangkan makna lain dari prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang ataupun kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. Dalam ekonomi Islam, prinsip merupakan suatu mekanisme atau elemen pokok yang menunjukkan struktur atau kelengkapan suatu kegiatan atau keadaan.³⁹

Menurut Fathurrahman, ada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang harus dilakukan dalam kegiatan muamalah di antaranya yaitu:

a. Menghindari Praktik Riba

Islam melarang Riba dalam segala bentuknya. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: "*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" (Al Baqarah: 275)

Ayat tersebut secara tegas mengharamkan praktik riba dalam bentuk apapun, termasuk dalam kegiatan jual beli atau berdagang. Seorang muslim wajib menghindari praktik riba agar hidupnya berkah, karena sesungguhnya riba mendatangkan kemadharatan.⁴⁰

³⁹ Uswatun Khasanah, (2018), *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandarjaya Lampung Tengah*. Skripsi, Lampung: IAIN Metro, Hal. 22.

⁴⁰ Fathurrahman (2013). *Hukum Ekonomi Islam: Sejarah, Teori, dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal. 76.

b. *Thayyib*

Thayyib artinya segala sesuatu yang baik menurut panca indera. Namun dalam konteks syar'ii, ditegaskan bahwa *thayyib* adalah segala sesuatu yang halal yang boleh dikonsumsi sebab baik untuk tubuh, mengandung banyak kebaikan, dan tidak mendatangkan kemudharatan. Pengertian *thayyib* berasal dari bahasa arab yaitu baik, lezat, menyenangkan, enak dan nikmat atau berarti pula bersih dan suci. Oleh sebab itu kata *thayyiban* mempunyai bermacam arti yang baik, enak, lezat, nikmat, bersih atau suci, memberi manfaat untuk jiwa dan raga dan tidak mendatangkan kemudharatan.⁴¹

c. Jujur

Shidiq adalah sifat Nabi Muhammad SAW yang artinya benar dan jujur. Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengadangada, fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Mengapa harus jujur karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan

⁴¹ Hasatul Syabani'ah. (2019). Pemahaman Halalan Thayyiban Oleh Makanan Siap Saji. *Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi*, Vol 21 Nomor 1. hal.75

lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan.

Kejujuran secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Orang yang mempunyai keutamaan kejujuran tidak akan berbohong atau menipu dalam transaksi bisnis meskipun itu mudah dilakukannya masyarakat.

d. Mengandung Manfaat

Muamalah dilakukan atas pertimbangan membawa kebaikan (*maslahat*) bagi manusia dan atau untuk menolak segala yang merusak (*dar al mafasid wa jalb al masalih*). Hakikat kemaslahatan dalam Islam adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang Islam mengandung maslahat jika memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syari'ah (halal) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan muharat dan merugikan pada salah satu aspek.⁴²

e. Seimbang

Konsep seimbang dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam

⁴² *Ibid.*, hal. 77.

kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya. Individu diciptakan dengan kapabilitas, keterampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda.

Tidak terciptanya keseimbangan/kesejajaran samahalnya dengan terjadinya kezaliman. Misalnya sumber daya ekonomi hanya mengalir dari yang miskin kepada yang kaya. Dengan demikian Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya. Artinya, hendaknya sumber daya ekonomi itu tidak hanya terakumulasi pada kalangan orang atau kelompok tertentu semata, karena jika hal ini terjadi berarti kekejaman yang berkembang dimasyarakat. Bukankah orang lain juga mempunyai hak yang sama setelah mereka menunaikan kewajiban masing-masing.⁴³

f. Usaha Profesional

Bekerja atau berbisnis dalam Islam merupakan amanah dan ibadah kepada Allah SWT. olehnya itu perlu dikelola secara maksimal yang didukung oleh kemampuan dan kompetensi seseorang pada jenis pilihan bisnisnya. Rasulullah SAW melarang memilih pekerja atau karyawan yang bukan ahlinya, larangan meminta jabatan atau posisi dimana seseorang tidak memiliki

⁴³ *Ibid.*, hal. 78.

kompetensi didalamnya. Bahkan Rasulullah SAW menegaskan pentingnya profesionalisme dalam suatu pekerjaan (*itqan*). Semahalnya dalam hal berdagang, seorang berdagang harus senantiasa berusaha profesional semaksimal mungkin.⁴⁴

3. Nilai - Nilai Ekonomi Islam

Nilai dasar ekonomi Islam adalah seperti nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar tersebut berdasarkan Al-Quran dan As-sunnah. Kemudian sebagai ekonomi yang bersifat rabbani maka ekonomi islam mempunyai sumber “nilai-nilai normatif-imperatif”, sebagai panduan serta pedoman yang mengikat. Dengan mengakses kepada aturan ilahiyah (ketuhanan), setiap perbuatan manusia mempunyai unsur moral, etika, dan ibadah. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal merefleksikan moralitas yang baik, dan secara horizontal memberi manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya. Nilai moral samahah (lapang dada, lebar tangan dan murah hati) ditegaskan sebagai prasyarat bagi pelaku ekonomi untuk mendapatkan rahmat atau kasih dari tuhan, baik selaku pedagang/pebisnis, produsen, konsumen, debitor maupun kreditor.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid.*, hal. 79.

⁴⁵ Hendri Hermawan Adinugraha. (2013). Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam. *Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi*. Vol 21 Nomor 1. hal.53

Menurut Adiwarmman A. Karim prinsip-prinsip ekonomi Islam berdasarkan lima nilai *universal* sebagai berikut:⁴⁶

a. *Tauhid* (Keimanan)

Tauhid adalah fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah” dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah”. Karena Allah merupakan pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Oleh karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia yakni untuk beribadah kepada-Nya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (*mu'amalah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya kita akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

b. *'Adl* (Keadilan)

Allah merupakan pencipta segala sesuatu dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Allah tidak membeda-bedakan perlakuan

⁴⁶ Adiwarmman A. Karim (2007). *Ekonomi Mikro Islami*. Depok: Raja Grafindo Persada, hal. 34-42.

terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik.

Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

c. *Nubuwwah* (Kenabian)

Diutuslah para nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubah) ke asal muasal segala, Allah. Fungsi rasul yakni untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat. Untuk umat Muslim, Allah telah mengirimkan “manusia model” yang terakhir dan sempurna

untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis khususnya, yakni *siddiq* (benar, jujur), *amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas), *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualita), *tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran).

Kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Bila ekonom Muslim akan menyusun teori dan proposisinya, maka hal yang harus menjadi pegangan adalah bahwa semua yang datang dari Allah dan Rasul-Nya pasti benar. Bila ada hal-hal yang tidak dapat dipahami oleh manusia dengan akalunya, maka menjadi tugas manusia untuk terus berusaha menemukan kebenaran tersebut dengan cara apapun.

d. *Khilafah* (Pemerintahan)

Dalam al-Qur'an, Allah berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi, artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Oleh karena itu, pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin. Nabi bersabda: "*Setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya*". Ini berlaku bagi semua manusia, baik sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif

manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya yaitu agar menjaga keteraturan interaksi (*mu'amalah*) antarkelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan atau dikurangi.

Dalam Islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil, tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya merupakan untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah dan untuk memastikan supaya tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia.

e. *Ma'ad* (Hasil)

Walaupun sering kali diterjemahkan sebagai “kebangkitan”. Tetapi secara harfiah *ma'ad* berarti “kembali”. Karena kita semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya di dunia, akan tetapi terus berlanjut hingga alam setelah dunia (akhirat). Pandangan dunia yang khas dari seorang Muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: “Dunia adalah ladang akhirat”. Artinya, dunia merupakan wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh). Namun, akhirat lebih baik daripada dunia, karena itu Allah melarang untuk terikat pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Allah melandaskan bahwa manusia diciptakan di dunia untuk berjuang. Perjuangan ini akan mendapatkan ganjaran, baik di

dunia maupun di akhirat. Perbuatan baik dibalas dengan kebaikan yang berlipat-lipat, perbuatan jahat dibalas dengan hukuman yang setimpal. Karena ini, *ma'ad* diartikan sebagai imbalan/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh Imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis yakni untuk mendapatkan laba. Laba dunia dan akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legitimasi dalam Islam.

Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori ekonomi Islami. Namun, teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, dari kelima nilai-nilai *universal* tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif sebagai berikut:⁴⁷

- 1) *Multitype Ownership* (Kepemilikan Multijenis)
- 2) *Freedom to Act* (Kebebasan Bertindak/Berusaha)
- 3) *Social Justice* (Keadilan Sosial)

Diatas semua nilai dan prinsip yang telah diuraikan, dibangunlah konsep yang memayungi kesemuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak menempati posisi puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para Nabi, yaitu untuk

⁴⁷ *Ibid.*,

menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya.

4. Tujuan Ekonomi Islam

Nik Mustafa mengungkapkan bahwa Islam memiliki orientasi pada tujuan yang dituangkan dalam prinsip-prinsip yang mengarahkan pengorganisasian kegiatan ekonomi, baik pada tingkat individu maupun kolektif, dengan tujuan mencapai keberhasilan yang menyeluruh dalam tata sosial Islam. Secara keseluruhan, tujuan tersebut dapat digolongkan ke dalam kategori seperti berikut ini:⁴⁸

- a. Menyediakan dan menciptakan peluang-peluang yang sama dan luas bagi semua orang untuk berperan serta dalam kegiatan-kegiatan ekonomi
- b. Memberantas kemiskinan absolut dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar bagi semua individu masyarakat
- c. Mempertahankan stabilitas ekonomi dan pertumbuhan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi

E. Sumber Modal Bisnis dalam Islam dan Ekonomi Konvensional

1. Riba

a. Pengertian dan Macam – Macam Riba

Secara etimologi riba adalah *az-ziyadah* yang berarti tambahan.

Sedangkan menurut terminologi riba berarti kelebihan atau tambahan

⁴⁸ Eko Suprayitno (2005). *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 18-20.

pembayaran tanpa ada ganti atau imbalan yang disyaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi).⁴⁹ Maka, riba merupakan penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan pokok yang dibebankan kepada peminjam.⁵⁰ Menurut Syekh al-Maraghi bahwa secara global ada dua macam riba:⁵¹

1) Riba *Nasi'ah*

Riba yang umum dilakukan oleh masyarakat pada masa jahiliyah adalah riba yang menagguhkan pembayaran dengan penambahan keuntungan. Dalam praktiknya, penangguhan pembayaran akan menyebabkan jumlah utang semakin bertambah, sehingga dari seratus dirham bisa menjadi seribu dirham

2) Riba *Fadl*

Riba terjadi karena adanya kelebihan pada harga jual beli suatu barang yang sejenis, bukan karena penundaan pembayaran. Contohnya seperti ketika seseorang menjual sebuah gelang emas dengan harga yang lebih tinggi daripada berat sebenarnya dan sebagai gantinya menerima uang dinar. Atau ketika seseorang menjual satu kilogram kurma berkualitas baik dengan satu

⁴⁹ Daeng Naja (2019). *Dosa Riba Notaris*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, hal. 115.

⁵⁰ Muhamad Fakhruddin, dkk. (2022). *Teori-Teori dalam Fiqih Riba dan Gharar*. Bandung: Media Sains Indonesia, hal. 13.

⁵¹ Masduqi (2019). *Fiqh Muamalah, Ekonomi dan Bisnis Islam*. Semarang: RaSAIL Media Group, hal. 70-71.

kilogram dan setumpuk kurma yang berkualitas buruk. Meskipun keduanya saling setuju karena saling membutuhkan barang tersebut.

b. Pelarangan Riba

Pelarangan riba dapat dikelompokkan menjadi empat tahapan yang masing-masing berdasarkan pada ketentuan ayat al-Qur'an. Keempat tahap pelarangan riba tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:⁵²

- 1) Tahap I, menolak anggapan bahwa pinjaman riba yang pada zahirnya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan mendekati atau *taqarrub* kepada Allah SWT, yaitu melalui Firman Allah dalam Surat *ar-Rum* ayat (39)
- 2) Tahap II, riba digambarkan sebagai sesuatu yang buruk, yang disertai pula dengan ancaman yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba. Hal ini terdapat dalam al-Qur'an Surat *an-Nisa* ayat (160-161)
- 3) Tahap III, riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Hal ini terdapat dalam al-Qur'an Surat *Ali Imran* ayat (130)
- 4) Tahap IV, Allah SWT dengan jelas dan tegas mengharamkan apapun jenis tambahan yang diambil dari pinjaman. Hal ini terdapat dalam al-Qur'an Surat *al-Baqarah* ayat 278-279

⁵² Abdul Ghofur Anshori (2018). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hal. 12-13.

2. Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Menurut Al-Qardhawai bagi hasil yakni dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerja sama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.⁵³ Menurut terminologi bagi hasil dikenal dengan *profit sharing*. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba/keuntungan. *Profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Bentuk-bentuk distribusi ini dapat berupa pembagian laba akhir, bonus prestasi, dan lain-lain. Dengan demikian, bagi hasil adalah sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara *shahibul mal* dan *mudharib*.⁵⁴

b. Perbedaan Sistem Bunga dengan Sistem Bagi Hasil

Sistem bagi hasil dalam perbankan syariah sering menjadi bahan pertanyaan dan selalu dibandingkan dengan sistem bunga dalam

⁵³ Novita Erliana Sari, dkk. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol 05 Nomor 02. hal. 61

⁵⁴ Beni, dkk. (2021). Analisis Penerapan Sistem Bagi Hasil Pada Pembiayaan Mudharabah di PT BPRS Al-Falah Banyuasin Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol 01 Nomor 02. hal. 162

perbankan konvensional. Untuk menjelaskan keduanya, tabel berikut membandingkan sistem bagi hasil dan sistem bunga.⁵⁵

Tabel 1
Perbedaan Sistem Bunga dengan Sistem Bagi Hasil

Bunga	Bagi Hasil
a. Penentuan suku bunga dibuat pada waktu akad dengan pedoman harus selalu untung untuk pihak bank.	a. Penentuan besarnya resiko bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi.
b. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	b. Besarnya rasio (nisbah) bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
c. Tidak tergantung kepada kinerja usaha. Jumlah pembayaran bunga tidak mengikat meskipun jumlah keuntungan berlipat ganda saat keadaan ekonomi sedang baik.	c. Tergantung pada kinerja usaha. Jumlah pembagian bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
d. Eksistensi bunga diragukan kehalalannya oleh semua agama termasuk agama Islam.	d. Tidak ada agama yang meragukan keabsahan bagi hasil.
e. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	e. Bagi hasil tergantung kepada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapat keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

c. Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

Beberapa faktor secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi nilai atas bagi hasil, yaitu:⁵⁶

⁵⁵ Ivalaina Astarina dan Angga Hapsila (2019). *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: Deepublish, hal. 14.

- 1) *Investment rate* merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika ditentukan *investment* 80% maka sisanya merupakan dana likuiditas
- 2) Jumlah yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai dana yang tersedia. Metode menghitung dana ini merupakan saldo rata-rata minimum bulanan atau rata-rata saldo harian
- 3) Nisbah
 - a. Besarnya nisbah yang disepakati di awal
 - b. Nisbah setiap bank biasanya akan berbeda yang disesuaikan dengan besarnya dana dan lamanya investasi yang dilakukan
- 4) Penetapan bank atas metode yang digunakan dalam perhitungan bagi hasil, misalnya didasari oleh *revenue sharing* (segala biaya ditanggung oleh bank) atau *profit sharing* (dari hasil pengurangan pendapatan oleh biaya-biaya)

3. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Secara etimologis jual beli berarti menukar harta dengan harta. Adapun secara terminologis berarti transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Sengaja diberi pengecualian “fasilitas” dan “kenikmatan”, supaya tidak termasuk di dalamnya penyewaan dan

⁵⁶ Dadan Ramdhani, dkk. (2019). *Ekonomi Islam Akutansi dan Perbankan Syariah (Filosofis dan Praktis di Indonesia dan Dunia*. Boyolali: Markumi, hal. 39-40.

pernikahan.⁵⁷ Ulama Hanafiyah memberi pengertian dengan ‘saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu’, atau dengan makna ‘tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.’⁵⁸

Ulama Hanafiyah menjelaskan bahwa makna khusus pada pengertian pertama adalah ijab dan kabul, atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan menetapkan harga antara pembeli dan penjual. Sedangkan pada pengertian kedua menjelaskan bahwa harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, seperti menjual bangkai, minuman keras dan darah tidak dibenarkan. Sayid Sabiq mendefinisikan jual beli dengan arti ‘saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka’. Sementara Imam al-Nawawi menjelaskan bahwa jual beli merupakan ‘saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik’.⁵⁹ Dari penjelasan beberapa ulama, “hak milik dan pemilikan ditekankan”, sebab ada tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki seperti sewa menyewa.⁶⁰

⁵⁷ Abdullah al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi (2004). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq, hal. 89-90.

⁵⁸ Syaifullah M.S. (2014). Etika Jual Beli dalam Islam. *Jurnal Studia Islamika*, Vol 11 Nomor 02. hal. 373

⁵⁹ *Ibid.*,

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 374.

b. Dasar Hukum Jual Beli (*Al – Ba’i*)

Jual beli telah disahkan oleh al-Qur’an, Sunnah dan Ijma’. Adapun dalil al-Qur’an adalah QS. *Al-Baqarah* (2): 275: “Allah telah mengharamkan jual beli dan mengharamkan riba”. Dan firman Allah QS. *An-Nisaa’* (4): 29: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu sekalian memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.”⁶¹

Adapun dalil Sunah diantaranya adalah Hadis yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW, Beliau bersabda: “Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha.” Ketika ditanya usaha apa yang paling utama, beliau menjawab: “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang *mabrur*”. Jual beli yang *mabrur* adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta adalah penyamaran dalam barang yang dijual dan penyamaran itu merupakan menyembunyian aib barang dari penglihatan pembeli. Adapun makna khianat itu lebih umum dari itu, sebab selain menyamarkan bentuk barang yang dijual, sifat, atau hal-hal luar seperti dia menyifatkan dengan sifat yang tidak benar atau memberitahu harta yang dusta. Adapun dalil ijma’ adalah bahwa ulama sepakat tentang halal jual beli dan haramnya riba, berdasarkan ayat dan hadis diatas.⁶²

⁶¹ Mardani (2016). *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, hal. 103.

⁶² *Ibid.*,

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

1) Rukun Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu:⁶³

- a. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli
- b. Objek transaksi, yaitu harga dan barang
- c. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan

2) Syarat Jual Beli

Pengertian syarat adalah sesuatu yang bukan merupakan unsur pokok tetapi adalah unsur yang harus ada di dalamnya. Jika tidak ada, maka perbuatan tersebut dipandang tidak sah. Misalnya, suka sama suka merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Jika unsur suka sama suka tidak ada, jual beli tidak sah menurut hukum. Syarat-syarat sahnya jual beli sebagai berikut:⁶⁴

- a. Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah baligh dan berakal
- b. Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan orang lain
- c. Penjual dan pembeli haruslah minimal 2 (dua) orang dan tidak sah jual beli sendirian

⁶³ *Ibid.*, hal. 102.

⁶⁴ Siti Mujiatun. (2013). Jual Beli dalam Perspektif Islam: Salam dan Istisna'. *Jurnal Riset Akutansi dan Bisnis*, Vol 13 Nomor 02. hal. 205-206

- d. Barang yang dijual haruslah milik sempurna (milik sendiri).
Tidak sah jual beli jika barang yang dijualnya, bukan miliknya sendiri tetapi milik orang lain kecuali ada pendelegasian hak dengan memberikan kuasa kepadanya
- e. Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan
- f. Barang yang dijual harus suci zatnya menurut syara'
- g. Barang yang diperjualbelikan harus diperoleh dengan cara yang halal

3) Macam – Macam Jual Beli dalam Islam

Fikih muamalah, telah mengidentifikasi dan menguraikan macam- macam jual beli, termasuk jenis-jenis jual beli yang dilarang oleh Islam. Macam atau jenis jual beli tersebut adalah:⁶⁵

- a. *Bai' al mutlaqah*, merupakan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang
- b. *Bai' al muqayyadah*, merupakan jual beli dimana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (*barter*)
- c. *Bai' al sharf*, merupakan jual-beli atau pertukaran antara satu mata uang asing dengan mata uang asing lain
- d. *Bai' al murabahah*, merupakan akad jual beli barang tertentu.
Dalam transaksi jual beli tersebut penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil

⁶⁵ Muhammad Yunus, dkk. (2018). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli dalam Transaksi Online pada Aplikasi Go-Food. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol 02 Nomor 01. hal. 150-151

- e. *Bai' al musawamah*, merupakan jual beli biasa, dimana penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya
- f. *Bai' al muwadha'ah*, merupakan jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*)
- g. *Bai' as salam*, merupakan akad jual beli dimana pembeli membayar uang (sebesar harga) atas barang yang telah disebutkan spesifikasinya, sedangkan barang yang diperjualbelikan itu akan diserahkan kemudian, yaitu pada tanggal yang disepakati
- h. *Bai' al istishna'* hampir sama dengan *bai' as salam*, yaitu kontrak jual beli dimana harga atas barang tersebut dibayar lebih dulu tapi dapat diangsur sesuai dengan jadwal dan syarat-syarat yang disepakati bersama, sedangkan barang yang dibeli diproduksi dan diserahkan kemudian

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Skripsi Dede Satriani Sam Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Prospek Usaha Pedagang Kaki Lima Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Menurut Prespektif Ekonomi Islam” menyatakan bahwa prospek pedagang kaki lima di Pantai Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis mempunyai prospek yang baik dan bagus dalam menjual barang dagangannya. Hal ini terbukti dari angket yang penulis sebarakan menyatakan 13 orang atau 48.14% dari responden

menyatakan berjualan secara kaki lima di Pantai Selat Baru menyatakan banyak peningkatan. Sedangkan berdagang menetap secara kaki lima di Pantai Selat Baru juga mendapat keuntungan yang besar daripada berdagang di tempat lain, terbukti dari hasil angket yang disebar oleh penulis 16 orang atau 59.26% dari responden menyatakan berdagang secara kaki lima di pantai Selat baru lebih besar keuntungan yang didapati, daripada tempat lain yang banyak saingan yang mempunyai modal yang lebih besar.⁶⁶ Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian di atas membahas teori hukum tentang perdagangan dalam Islam, sedangkan peneliti membahas mengenai teori prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Skripsi Hafis Akbar Mahasiswa IAIN Palangka Raya dengan judul “Peran Pedagang Kaki Lima di Kota Palangka Raya dalam Memenuhi Ekonomi Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam” dengan hasil penelitian bahwa latar belakang kehadiran pedagang kaki lima dilatar belakang oleh masalah ekonomi demi memenuhi kebutuhan hidup, kebanyakan dari mereka berasal dari luar daerah seperti Banjarmasin, Kalimantan Barat, serta Jawa. Praktek pedagang kaki lima, mereka memperjualbelikan barang yang tidak di produksi sendiri, dan pendapatan mereka bervariasi sesuai dengan barang dagangan, usaha mereka dalam memperjualbelikan barang dagangan, serta waktu dan keadaan cuaca saat berdagang. Respon masyarakat, sangat baik terbukti dengan kesediaan mereka menerima keberadaan pedagang kaki lima dilingkungan tempat

⁶⁶ Dede Satriani Sam (2011). *Prospek Usaha Pedagang...*, hal. i.

tinggal mereka. Selain itu memberikan jaminan keamanan di sekitar pasar malam, sehingga para pedagang kaki lima dapat mencari nafkah dengan tenang.⁶⁷ Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian di atas membahas teori ekonomi *analysis of law dan maqashid al-syariah*, sedangkan peneliti membahas mengenai teori prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Jurnal Nurhadi Mahasiswa STAI Al-Azhar Pekanbaru dengan judul “Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam” menyatakan bahwa Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu bentuk usaha yang mempunyai jiwa kewirausahaan yang tinggi dan mampu bersaing di tengah persaingan perekonomian. Keberadaan PKL cenderung dilatar belakangi persoalan minimnya lapangan pekerjaan yang disediakan oleh pemerintah, upaya bertahan hidup, minimnya modal usaha disektor formal, aturan dan birokrasi yang rumit, pekerjaan sementara dan faktor keturunan serta profesi, menjadikan usaha PKL sebagai salah satu alternative yang dapat dilakukan oleh masyarakat. PKL atau dalam bahasa Inggris disebut juga *street trader* selalu dimasukkan dalam sektor informal. PKL adalah orang yang berdagang menggunakan gerobak atau menggelar dagangannya dipinggir-pinggir jalan atau trotoar jalan kota di sekitar pusat perbelanjaan/pertokoan, pasar, pusat rekreasi/hiburan, pusat perkantoran dan pusat pendidikan, baik secara menetap atau setengah menetap, berstatus tidak resmi atau setengah resmi dan dilakukan baik pagi, siang,

⁶⁷ Hafis Akbar (2017). *Peran Pedagang...*, hal. v.

sore maupun malam hari dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan tidak melibatkan pihak lain secara terikat. Istilah pedagang kaki lima pertama kali dikenal pada zaman Hindia Belanda, tepatnya pada saat Gubernur Jenderal Stanford Raffles berkuasa. Perkembangan pedagang kaki lima dalam lintas sejarah perekonomian umat manusia mengalami kemajuan dan kemodernan. Ketidakpuasaan dengan kebijakan pemerintah terkait pengalokasian para pelaku PKL, melahirkan pedagang yang turun ke masyarakat secara langsung, yang disebut dengan pasar kaget. Pandangan Islam terhadap PKL adalah sebagai wujud bekerja keras, namun dalam pelaksanaan perdagangan PKL mesti mematuhi simbol-simbol syariat, misalnya jujur, amanah, tidak menipu dan menepati janji. Berkaitan dengan pemimpin atau penguasa, maka Islam memandang PKL dibenarkan jika ada kesepakatan dengan pemerintah dan tidak mengganggu kepentingan umum yang lebih maslahat.⁶⁸ Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian di atas membahas teori etika perdagangan ekonomi Islam, sedangkan peneliti membahas mengenai teori prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Jurnal Khairil Umuri dan Azharsyah Ibrahim Mahasiswa Univesitas Syiah Kuala Banda Aceh dan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam” menyatakan bahwa Pedagang kaki lima merupakan sekelompok orang (komunitas) yang menekuni perdagangan

⁶⁸ Nurhadi (2019). *Pedagang Kaki Lima...*, hal. 52.

dalam sektor informal yang berbasis kerakyatan. Dalam prakteknya, sering ditemui perilaku pedagang kaki lima yang menyimpang dalam transaksi jual beli, seperti menjual produk yang berbahaya atau menyembunyikan kecatatan barang dagangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh ditinjau menurut etika bisnis Islam. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif analisis, melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (*tauhid*), keseimbangan (*'adl*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), tanggungjawab (*fard*), dan kebajikan (*ihsan*).⁶⁹ Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian di atas membahas teori prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika bisnis Islam serta membahas analisis perilaku pedagang kaki lima menurut tinjauan etika bisnis Islam, sedangkan peneliti membahas mengenai teori prinsip-prinsip ekonomi Islam dan prospek usaha pedagang kaki lima dalam perspektif ekonomi Islam.

⁶⁹ Khairil Umuri dan Azharsyah Ibrahim (2020). *Analisis Perilaku Pedagang...*, hal. 187.