

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area, yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga.<sup>1</sup> Sedangkan menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan dengan kegiatannya, bukan tempatnya. Pertemuan penjual dan pembeli dapat terjadi dimana saja, sesuai kesepakatan, baik di toko, di dalam bus, dan tempat lainnya.<sup>2</sup>

Dengan demikian, ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi penjual dan pembeli. Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

Pada mulanya, orang memperoleh barang-barang yang tidak diproduksinya sendiri melalui pertukaran atau barter. Dengan cara barter, orang menukarkan suatu barang dengan barang lain secara langsung tanpa menggunakan alat pembayaran. Untuk itu, biasanya dipilih suatu tempat yang sudah disepakati bersama. Misalnya tanah lapang yang mudah dicapai semua orang. Lama kelamaan tempat ini berubah menjadi pasar. Kegiatan yang dilakukan disana pun tidak lg

---

<sup>1</sup> M. Fuad, Christine H, Nurlela, Sugiarto, Paulus , Y.E.F. *Pengantar Bisnis*, PT Gramedia Pustaka, Cetakan kedua (edisi revisi) Oktober 2001,120

<sup>2</sup> Saraswati Mila, Widianingsih Ida, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial "pasar"*, PT. Grafindo Media Pratama,87

sekedar tukar menukar barang, namun sudah berupa kegiatan jual-beli dengan menggunakan alat pembayaran berupa uang.<sup>3</sup>

Ekonomi syari'ah adalah sistem ekonomi syari'ah merupakan perwujudan dari agama islam yang mengatur hubungan kegiatan ekonomi dan sosialisasi antara sesama umat manusia yang berlandaskan atas dasar tauhid, sehingga terwujudnya ketentraman hidup dan kebahagiaan umat didunia dan diakhirat sebagai nilai ekonomi tertinggi. Ketentraman hidup yang melimpah ruah di dunia, tetapi juga dapat memenuhi ketentraman jiwa sebagai bekal akhirat nanti. Jadi harus ada keseimbangan antara kebutuhan hidup di dunia dengan kebutuhan akhirat.

Setiap perorang memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya, seperti dalam bidang pertanian, perindustrian dan perdagangan. Asalkan dalam batas-batas yang ditentukan oleh Allah SWT.<sup>3</sup>

Perdagangan adalah jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan, penjualan merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan bahkan secara umum adalah bagian yang terpenting dalam perniagaan dan aktifitas usaha.

Dalam bidang perniagaan atau dagang itu sendiri Allah telah mengatur tatacara untuk menjalankan kegiatan usaha dalam surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> Sri Pujiastuti, dkk, *IPS Terpadu*, Jilid A, Unit 4 : Kedudukan dan Jenis-jenis Pasar, 110

<sup>3</sup> Prof Abdullah Siddik al-Hajj, LL D, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993),55

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

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa : 29)

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa di dalam berniaga atau berdagang harus mendapati rasa suka sama suka antara penjual dan pembeli, sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasa terdzolimi. Untuk itu kegiatan jual beli seharusnya sesuai dengan akad islam ketika hendak bertansaksi.

Dalam kehidupan sehari-hari pastilah setiap individu menjumpai, bagaimana seseorang mampu mengatur setiap gerak perekonomiannya dalam bentuk mikro ekonomi yang secara langsung ataupun tidak langsung dialaminya. Diantaranya, bagaimana seseorang mengkonsumsi suatu barang, bagaimana cara mengatur setiap pendapatan yang didapatkan, dan bagaimana cara memenuhi seluruh kebutuhan hidup yang semakin bertambah. Untuk itu sebagai pengatur kehidupan yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi, suatu individu perlu mengetahui teori-teori ekonomi yang kemudian di praktekan dalam kehidupan sehari-hari sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan secara selaras yang pada akhirnay mampu menyeimbangkan antara pengeluaran dan pendapatan.

Seorang enterparentur dalam menjalankan bisnisnya pastilah bertujuan bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan berbagai trik dan cara mendistribusikan barang yang ditawarkan. Dalam kaitannya mendistribusikan barang dengan manaikan harga dari harga awal memberikan pandangan bahwasanya akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, namun disisi lain pedagang harus mempertimbangkan apakah barang yang akan terjual lebih banyak atau sebaliknya, barang yang dijual menurun, sehingga mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan pedagang dan persaingan harga pasar lainnya.

Persaingan antara pasar tetanggapun perlu diperhitungkan bagi para enterparentur dalam menjalankan bisnisnya. Karena beberapa pedagang kaki lima di pasar Tirtayasa mengeluh dalam segi pendapatan yang menurun akibat adanya pasar malam Desa Lontar yang jaraknya tidak jauh dari pasar Tirtayasa. Menurut para konsumen beranggapan bahwa harga dipasar malam lebih lumayan murah dan model barangnyapun tidak ketinggalan zaman. Dibandingkan dengan harga barang dan nilai jual di pasar tirtayasa yang lebih tinggi. Walaupun jika dilihat perbandingan kualitasnya jauh lebih baik.

Berdasarkan permasalahan tersebut membuat pedagang kaki lima di Tirtayasa merasa terganggu dengan adanya pasar malam di Desa Lontar. Mereka mengeluh dengan pendapatan yang berkurang semenjak adanya pasar malam Desa Lontar. Oleh karena itu untuk mengkaji lebih dalam tentang permasalahan diatas penulis akan meneliti dalam judul skripsi : ***“Analisis Pedagang Kaki Lima Pada Pasar Pagi Dan Pasar Malam Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian dan Sepatu Studi Kasus Di Kecamatan Tirtayasa “***

## **B. Pembatasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang akan di jelaskan penulis adalah menjelaskan tentang analisis perbandingan *income* yang di dapatkan antara pasar pagi di Tirtayasa dan pasar malam Desa Lontar tepatnya pada pedagang yang berjualan sepatu dan pakaian, teori tentang penjualan, pengaruh penawaran harga pembeli antara pasar malam Desa Lontar dan pasar pagi Tirtayasa.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat perbandingan pedagang kaki lima di pasar pagi dan pasar malam terhadap pendapatan pedagang pakaian dan sepatu di Kecamatan Tirtayasa?
2. Berapa besar perbandingan pedagang kaki lima di pasar pagi dan pasar malam terhadap pendapatan pedagang pakaian dan sepatu di Kecamatan Tirtayasa?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui omset rata-rata yang di dapatkan pada pedagang kaki lima pasar pagi dan malam di Kecamatan Tirtayasa.
2. Untuk mengetahui pasar manakah yang lebih diharapkan pedagang dalam berjualan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar perbandingan pendapatan pedagang kaki lima pasar pagi dan pasar malam di Kecamatan Tirtayasa.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang system syari'ah dimasa yang akan datang.

### 2. Bagi pedagang

Sebagai tolak ukur untuk menghadapi persaingan harga dan kualitas pasar di tempat lain sesuai syari'at islam.

### 3. Bagi penulis

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan, serta penerapan teori-teori dalam perdaganagn, baik dalam hal teori dan prakteknya.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Pasar tradisonal adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan system transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan, dan lainnya.

Harga dipasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti , oleh karena itu bisa dilakukan tawar menawar. Bila dilihat dari tingkat kenyamanan, pasar tradisional selama ini cenderung kumuh dengan lokasi yang tidak tertata rapi. Pembeli di Pasar tradisional (biasanya kaum ibu) mempunyai perilaku yang senang bertransaksi dengan berkomunikasi/berdialog dalam hal penetapan harga, mencari kualitas barang, memesan barang yang diinginkan, dan perkembangan harga-harga lainnya.

Barang yang dijual dipasar tradisional umumnya barang-barang lokal dan ditinjau dari segi kualitas dan kuantitas, barang yang dijual di

pasar tradisional dapat terjadi tanpa melalui penyortiran yang kurang ketat. Dari segi kuantitas, jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak sehingga apabila ada barang yang dicari tidak ditemukan di satu kios tertentu, maka dapat dicari ke kios lain. Rantai distribusi pada pasar tradisional terdiri dari produsen, distributor, sub distributor, pengecer, konsumen.

Kendala yang dihadapi pada pasar tradisional antara lain system pembayaran ke distributor atau sub distributor dilakukan dengan tunai, penjual tidak dapat melakukan promosi atau memberikan *discount* komoditas. Mereka hanya bisa menurunkan harga barang yang kurang diminati konsumen. Selain itu, dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi kontinyuitas barang, lemah dalam penguasaan teknologi dan manajemen sehingga melemahkan daya saing.

Sebagian konsumen pasar tradisional adalah masyarakat kelas menengah kebawah yang memiliki karakteristik sangat sensitif terhadap harga. Ketika faktor harga rendah yang sebelumnya menjadi keunggulan pasar tradisional mampu diruntuhkan oleh pasar modern, secara relative tidak ada alasan konsumen dari kalangan menengah kebawah untuk tidak turut berbelanja ke pasar modern dan meninggalkan pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Dalam pasar tradisional terjadi proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-sehari seperti bahan – bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian,

barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu ada juga yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak di temukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli. Pasar merupakan pusat dan ciri pokok dari jalinan tukar-menukar yang menyatukan seluruh kehidupan ekonomi. Pasar di dalamnya terdapat tiga unsur, yaitu: penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan. Pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli, akan tetapi bukan berarti bahwa setiap orang yang masuk ke pasar akan membeli barang, ada yang datang ke pasar hanya sekedar main saja atau ingin berjumpa dengan seseorang guna mendapatkan informasi tentang sesuatu. Pada dasarnya pasar dibagi dalam beberapa golongan yaitu sebagai berikut :

### **1. Berdasarkan Wujudnya**

Menurut wujudnya pasar dibedakan menjadi pasar konkret dan pasar abstrak

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



## **2. Berdasarkan Waktu Terjadinya**

Menurut waktu terjadinya pasar dibedakan menjadi pasar harian, pasar mingguan, pasar bulanan, pasar tahunan, dan pasar temporer.

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

## **3. Berdasarkan Luas Jangkauannya**

Menurut luas jangkauannya pasar dibedakan menjadi :

- a. Pasar lokal merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah tertentu saja.
- b. Pasar nasional merupakan pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah dalam suatu

negara. Misalnya, pasar kayu putih di Ambon dan pasar tembakau di Deli.

- c. Pasar internasional penjual dan pembeli dari berbagai negara. Misalnya pasar tembakau di Bremen Jerman.

#### **4. Berdasarkan Hubungannya dengan Proses Produksi**

Menurut hubungannya dengan proses produksi pasar dibedakan menjadi pasar output dan pasar input.

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

#### **5. Berdasarkan Strukturnya (Jumlah Penjual Dan Pembeli)**

Berdasarkan strukturnya, pasar dibedakan menjadi sebagai berikut.

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

- b. Pasar persaingan tidak sempurna, yang terdiri atas
- 1) Pasar monopoli (dari bahasa Yunani: *monos*, satu + *polein*, menjual) adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai “monopolis”. Sebagai penentu harga (*price-maker*), seorang monopolis dapat menaikkan atau mengurangi harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi; semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Walaupun demikian, penjual juga memiliki suatu keterbatasan dalam penetapan harga. Apabila penetapan harga terlalu mahal, maka orang akan menunda pembelian atau berusaha mencari atau membuat barang substitusi (pengganti) produk tersebut atau lebih buruk lagi mencarinya di pasar gelap (*black market*).
  - 2) Pasar oligopoli adalah adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar, di mana keuntungan yang mereka dapatkan tergantung dari tindak-tanduk pesaing mereka. Sehingga semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, perubahan harga, dan sebagainya dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaing mereka. Misalnya industri semen, industri mobil, dan industri kertas.

- 3) Pasar persaingan monopolistik adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Penjual pada pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki karakter tersendiri yang membedakannya dengan produk lainnya. Contohnya adalah : shampoo, pasta gigi, dll. Perusahaan yang berada dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk sekaligus menjaga citra perusahaannya.
- 4) Pasar monopsoni bentuk pasar ini merupakan bentuk pasar yang dilihat dari segi permintaan atau pembelinya. Dalam hal ini pembeli memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Contoh yang ada di Indonesia seperti PT. Kereta Api Indonesia yang merupakan satu-satunya pembeli alat-alat kereta api.
- 5) Pasar oligopsoni adalah bentuk pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen. Contoh Telkom, indosat, Mobile-8, excelcomindo adalah beberapa perusahaan pembeli infrastruktur telekomunikasi seluler.

Pasar adalah sebuah komunitas yang umurnya sudah setua dengan usia peradaban. Dari sisi sejarah, Pasar adalah penggerak utama karena di pasar itulah kemudian berkembang pola-pola landasan susunan ekonomi masyarakat. Kita masih ingat diskusi Socrates di pasar Athena, Ngamuknya Yesus di Rumah Suci Sulaiman karena tempat suci dijadikan pasar dengan menendangi, menjungkirbalikkan

barang dagangan dan ucapan-ucapan keras Yesus, atau awal kita mendengar tarikh Nabi Muhammad saw yang dimulai dengan perjalanan di masa kecilnya ke Pasar yang ada di Damaskus.

Pengertian Pasar di Nusantara pada awalnya adalah sebuah jaringan-jaringan dagang internasional. Unsur-unsur jaringan dagang inilah yang kemudian menjadi penggerak sejarah di Indonesia mulai dari masuknya pengaruh Hindu-Buddha (jaringan indianisasi), Cina dan Pembaratan. Setelah beberapa peristiwa penting seperti pembantaian dan pembakaran kebun-kebun lada (hong), penguasaan jaringan dagang pesisir oleh VOC dan Monopoli perdagangan besar dimana VOC memiliki konsesi yang sangat besar. Dari unsur-unsur ini kemudian pasar di Indonesia jauh dari pengertian rakyat seperti : jaringan niaga raksasa seperti yang ada di Banten, Surabaya, Medan dan Makassar, setelah konsesi Semarang dan lahirnya perjanjian Giyanti 1755 secara revolusioner seluruh pengertian pasar dalam alam pikiran rakyat berubah total. Pasar dalam pengertian rakyat pribumi juga dalam alam pikiran para elite mengkerut menjadi pasar mikro dimana jaringan distribusinya merupakan rantai kedua setelah barang masuk pelabuhan dan diterima oleh jaringan dagang lokal. Disinilah kemudian pengertian pasar itu terbentuk. Jadi selama lebih dari dua ratus tahun bangsa kita dasingkan dari jaringan-jaringan Internasional, Baru setelah Orde Baru kita dikenalkan oleh jaringan Internasional itu tapi bukan sebagai pelaku, namun sebagai makelar konsesi-konsesi tambang dan kekayaan negara termasuk makelar utang negara.

Perdagangan adalah jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan, penjualan merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan bahkan secara umum adalah bagian yang terpenting dalam

perniagaan dan dalam aktifitas usaha. Sesungguhnya diantara bentuk jual beli ada yang diharamkan dan ada juga yang diperselisihkan hukumnya . Oleh karena itu, kewajiban bagi seorang pengusaha muslim untuk mengenal hal-hal yang menentukan sahnya usaha jual beli tersebut, dan mengenal mana yang halal dan mana yang haram dari kegiatannya tersebut.<sup>4</sup>

Dalam islam, jual beli dihalalkan sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqoroh ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ  
رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah : 275)

<sup>4</sup> Abdullah al-Mushlih dan Shaleh as-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, ( Jakarta: Darul Hak,2004), 89

Memperoleh keuntungan dalam suatu perdagangan memang tidak dilarang. Namun keuntungan tersebut harus sesuai dengan modal yang dikeluarkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dengan keuntungan yang didapatkan. Walau bagaimanapun konsumen adalah mitra bagi produsen atau pedagang sebagai distributor.<sup>5</sup>

Dalam stabilitas harga, mekanisme pasar memberikan kebebasan sepenuhnya kepada para individu dan pengusaha untuk berusaha (dalam upayanya mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin). Sehingga kecenderungannya adalah pemanfaatan dari momentum hukum dan teori permintaan dan penawaran sangat besar.<sup>6</sup>

Pedagang kaki lima di pasar Tirtayasa merupakan pedagang, dimana mereka mempunyai nilai jual yang relatif murah jika dibandingkan dengan harga jual di pasar pagi pada umumnya, seperti pasar Rau, Ciruas, dan pasar pagi lainnya. Oleh karena itu konsumen sangat antusias dengan keberadaan pasar Tirtayasa yang mempunyai tempat strategis, bersih, luas, dan harga yang ditawarkan murah dibandingkan dengan pasar pagi pada umumnya.

Akan tetapi, semenjak keberadaan pasar malam, para pedagang di pasar Tirtayasa mengalami penurunan penawaran dari konsumen yang lebih murah. "Contohnya pedagang memberikan harga tawar 130 ribu dengan modal dasar barang 80 ribu, akan tetapi konsumen menawar dengan harga 50 ribu, dan mengaku lebih bagus dipasar malam dari pada di pasar pagi. Untuk biasanya sebelum adanya pasar

---

<sup>5</sup> Hilmi dkk., "Mewujudkan Bisnis Yang Beretika Islam" (Makalah program SI, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2011), 7

<sup>6</sup> Iskandar Putong, *Economic Pengantar Mikro Dan Makro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 369

malam, proses tawar menawar tidak terlalu anjlok. Seperti yang dilontarkan oleh pedagang kaki lima yang bernama Bung Kowi.”

Harga murah dan kualitas yang lumayan di pasar malam Desa lontar ini, mengakibatkan nilai jual barang turun di pasar pagi tirtayasa. Kondisi pasar malam yang menarik pengunjung karena banyak sekali permainan anak yang memicu para konsumen untuk mengunjungi pasar malam Desa lontar ini. Awalnya, konsumen tidak berniat untuk membeli produk dari pasar malam, setelah konsumen mengetahui harga produk yang lumayan murah dan kualitas yang lumayan bagus untuk kebutuhan sehari-hari, akhirnya konsumen membelinya.

#### **G. Sistematika Pembahasan.**

Agar pembahasan ini tersusun secara sistematis, dan tidak keluar dari koridor yang telah ditentukan, sebagaimana yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah , maka penulis menetapkan sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

- Bab pertama,** pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab kedua,** pembahasan tentang gambaran umum lokasi penelitian dengan pokok bahasan tentang sejarah dan letak secara geografis pasar Tirtayasa dan pasar malam Desa Lontar
- Bab ketiga,** pembahasan yang berkaitan dengan berapa omset rata-rata yang dicapai oleh pedagang kaki lima



dipasar Kecamatan Tirtayasa tepatnya pada pedagang sepatu dan pakaian.

**Bab ke empat,** pembahasan tentang hasil penelitian manakah pasar yang lebih diharapkan oleh pedagang dalam berjualan dan berapa besar pengaruh pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Tirtayasa.

**Bab kelima,** penutup yang meliputi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan, serta saran-saran dan kata penutup.