



BAB II

LANDASAN TEORI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Konsep Pasar Dalam Ekonomi

1. Pengertian Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli barang ataupun jasa. Secara luas pasar merupakan proses saling berinteraksi antara penjual dan pembeli untuk mendapatkan harga keseimbangan atau kesepakatan atas tingkat harga berdasarkan pada permintaan dan penawaran.³⁴

Pasar merupakan salah satu tempat ataupun media untuk berjual beli, dimana penjual ingin menukar barang/jasa dengan uang, sedangkan pembeli ingin menukar uang dengan barang/jasa.³⁵ Sedangkan pengertian secara luas, yakni suatu proses antara penjual dan pembeli saling berinteraksi dalam menetapkan harga yang disepakati.

Pasar merupakan adalah tempat yang mempertemukan antara permintaan dari pembeli dan penawaran dari penjual untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya. Konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, merupakan pembeli sedangkan bagi

³⁴ Muhammad Jhoni dan Zulchaini Z.Tanamas. *Aspek Hukum Perlindungan Anak*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), h. 100.

³⁵ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), h. 833.

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

industri memerlukan modal, tenaga kerja, dan bahan baku produksi guna memproduksi barang dan jasa. Industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual keahlian dan tenaga, pemilik lahan menjual atau menyewakan aset, sedangkan pemilik modal membagikan keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu dari hasil kerja sama. Semua orang secara umum berperan ganda sebagai penjual dan pembeli.³⁶

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa pasar saat ini tidak hanya sebagai tempat untuk kegiatan jual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan permintaan dari seorang pembeli atau penawaran dari penjual untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Secara fisik pasar adalah tempat berkumpulnya beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka maupun tertutup atau sebagian terbuka atau sebagian bahu jalan, dengan jenis bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen.³⁷

Pasar dalam pandangan Islam merupakan tempat melakukan transaksi ekonomi yang ideal, namun memiliki berbagai kelemahan yang cukup memadai dalam mencapai tujuan ekonomi yang Islami. Pasar memiliki beberapa kelemahan, secara teoritik maupun

³⁶ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Kelima, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 6.

³⁷ Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ke Enam (Bandung: Mizzan, 1999), h. 61.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

praktikal seperti mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selarasnya kepentingan prioritas individu dengan sosial dalam berbagai kebutuhan, terdapat kegagalan pasar, persaingan yang tidak sempurna, dan lain-lain.³⁸

2. Peran Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi

Pasar adalah wadah untuk segala aktivitas ekonomi masyarakat yang menjadi salah satu jalur perantara dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen. Distribusi barang dan jasa yang berjalan baik akan menciptakan pasar yang sempurna, sedangkan keterlambatan distribusi akan berakibat terhadap tersendatnya keberadaan barang dan jasa di pasar, yang mengakibatkan terhambatnya kegiatan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kegiatan produksi, kedudukan produsen dan konsumen setingkat dimana satu pihak menghasilkan, sedangkan pihak lain membutuhkannya. Melalui pasar yang digunakan untuk menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen. Perkembangan ekonomi terwujud apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami peningkatan.³⁹

Masyarakat datang ke pasar membeli berbagai macam kebutuhan, kemudian terjadi transaksi, dan mengakibatkan perputaran uang. Oleh karena itu, pasar

³⁸ Selpi Efrianto Saputra, *Skripsi "Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam,"* UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu 2023

³⁹ Sadono Sukirno, *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, Dan Dasar Kebijakan* (Jakarta : Kencana, 2006), h. 9.



menjadi penggerak sekaligus penopang ekonomi kerakyatan.

3. Jenis-jenis Pasar

a) Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dioperasikan oleh pemerintah federal, negara bagian, atau kota, sektor swasta, atau perusahaan milik negara atau kabupaten. atau kombinasi dari semua ini, bersama dengan usaha kecil, menengah, dan lokal yang memiliki toko, kios, los, atau tenda sebagai ruang komersial utama . kelompok atau koperasi yang non-pemerintah, memiliki sumber keuangan yang sederhana, dan terlibat dalam metode barter untuk pembelian dan penjualan barang.⁴⁰

Konsumen mendekati stan dan mengajukan penawaran untuk menegosiasikan harga dengan jumlah yang telah ditentukan. Penjual atau pedagang kemudian melayani pelanggan. Untuk memudahkan pembeli mengakses pasar, pasar serupa biasanya berlokasi di kawasan pemukiman. Pasar tradisional biasanya ada baik sementara atau permanen dengan tingkat layanan terbatas.

⁴⁰ Peraturan Presiden. 2007. Undang-Undang Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Lembaran RI Tahun 2007, No. 112. Jakarta



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Pasar tradisional berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi Pedagang sekitar. Pasar tradisional menyediakan jaringan koneksi keuangan yang mendorong keterlibatan sosial. Sudah biasa bagaimana orang terlibat dalam pasar konvensional. Ada hubungan sosial antara pemasok dan pembeli, pemasok dan pemasok, dan pemasok dan pedagang. Pasar tradisional secara tidak sengaja berubah menjadi lokasi untuk bersosialisasi bagi anggota pedagang.⁴¹

b) Pasar Modern

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 adalah Pasar yang dibangun Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang bentuknya berupa Mall, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen disatu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi harga pasti. Secara umum Pasar Modern adalah Pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik

⁴¹ Ambok Pangiuk, Strategi Daya Saing Pasar Tradisional Di Indonesia (Praya: Forum Pemuda Aswaja) 2021, h. 107.



kepada konsumen yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas.⁴²

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. Barang-barang yang dijual, selain bahan-bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.⁴³

c) Pasar *Periodik* (Mingguan)

Pasar periodik (mingguan) adalah pasar yang kegiatan jual belinya tidak berlangsung setiap hari, melainkan pada waktu-waktu tertentu secara teratur, umumnya sekali dalam seminggu pada hari dan tempat yang telah ditetapkan. Pasar ini berfungsi sebagai ruang pertemuan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, terutama di wilayah

⁴² Agung Artha Kusuma, dkk, *Skripsi Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di kota Denpasar dan Kabupaten Badung*,(Bali: Universitas Udayana), h. 861

⁴³ Muhammad Imron, *Skripsi Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional* (UIN Raden Intan Lampung, 2017), h 75



pedesaan, serta menjadi sarana distribusi hasil produksi masyarakat sekitar.⁴⁴

4. Mekanisme Pasar

a) Permintaan dan Penawaran

Mekanisme pasar menggambarkan kecenderungan dalam pasar bebas di mana terjadi pergerakan harga, dan akhirnya harga di pasar mencapai titik keseimbangan (*equilibrium*) di mana jumlah permintaan dan penawaran menjadi seimbang. Prinsipnya, jika harga ditentukan melalui mekanisme pasar, harga akan berfluktuasi sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Jika penawaran lebih banyak daripada permintaan, harga cenderung turun, sementara harga akan naik jika permintaan tinggi tetapi pasokan terbatas. Mekanisme pasar yang sehat akan menciptakan kondisi di mana permintaan dan penawaran seimbang, dan itulah saat harga keseimbangan (*equilibrium*) akan terbentuk.⁴⁵

b) Harga Keseimbangan

Sering kali dalam pembahasan mekanisme pasar tersebut harga keseimbangan (*harga ekuilibrium*) yang mengacu pada situasi di kala semua kekuatan yang terdapat dalam pasar, yaitu penawaran dan permintaan, berada dalam

⁴⁴ *Ibid*

⁴⁵ Sifa', "*Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*" (Kajian Pemikiran Abu Yusuf) 2020, h. 102.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- peraturan yang berlaku di Indonesia.

keseimbangan sehingga titik temu antara keduanya mengakibatkan harga dan kuantitas barang yang dijual tidak berubah lagi. Proses terjadinya harga keseimbangan dapat bermula dari kekuatan manapun, baik dari permintaan maupun penawaran. Namun, perubahan akan terjadi pada salah satu sisi saja, baik sisi penawaran atau permintaan.⁴⁶

Dalam pasar, harga keseimbangan adalah harga yang mengharmonisasikan kepentingan pembeli dan penjual. Ketika harga sangat tinggi, akan ada peningkatan pengadaan pasokan barang, dan sebaliknya, jika harga terlalu rendah, pasokan barang akan terbatas. Oleh karena itu, harga barang dan jumlah barang yang tersedia dapat ditentukan dengan melihat kondisi keseimbangan dalam pasar.

Namun, terkadang dalam pasar terjadi ketidakseimbangan, dan inilah alasan mengapa beberapa kebijakan seperti harga dasar dan harga tertinggi diperlukan. Dalam konteks ini, pemerintah perlu menetapkan harga dasar atau harga tertinggi, tergantung pada situasi, terutama untuk jenis barang yang diproduksi dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat. Tujuan utamanya adalah melindungi kepentingan baik konsumen maupun produsen, terutama saat harga sangat tinggi dan memberatkan konsumen.

⁴⁶ Rahmi, “*Mekanisme Pasar dalam Islam*” h. 108.



Sedangkan dari sudut pandang Ekonomi Islam memegang keyakinan bahwa pasar, pemerintah, dan individu harus bekerja sama untuk mencapai iqtisâd. Islam menjamin kebebasan pasar. Prinsip kebebasan ini adalah kebebasan yang dibatasi oleh ajaran tauhid, yaitu kebebasan dalam batas yang ditentukan Allah dalam al-Qur'an.⁴⁷ Pasar bebas yaitu pasar yang tidak dibatasi mengatur cara produksi dan menentukan harga, dan gangguan apapun dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam pasar. Namun, dalam praktiknya, sulit menemukan pasar yang beroperasi secara adil.⁴⁸

B. Dasar Hukum (Dalil)

1. al-Qur'an

a) Qs. Al-Baqarah Ayat 275

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 مِنْ رَبِّهِ فَاتَّهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

⁴⁷ Sugeng Riyadi dan Dewi Laela Hilyatin, Transformasi Ekonomi Islam Dalam Sistem Ekonomi Kerakyatan (Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam Vol. 6, No. 1, Juni 2021)

⁴⁸ Lutfiyah Nurkhoiroh, *Skripsi Mekanisme Pasar Pasar Perspektif Ibnu Khaldun (732 H/1332 M – 808 H/1406 M) dan Relevansinya Terhadap Pasar di Indonesia (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2024)*



Artinya: *“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.* (Qs.Al-Baqarah 275)

QS. Al-Baqarah ayat 275 menjelaskan bahwa Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Ayat ini memiliki relevansi dengan penelitian “Peran Pasar Periodik dalam Aktivitas Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” karena aktivitas utama yang berlangsung di pasar periodik adalah kegiatan jual beli antara pedagang dan pembeli. Dalam konteks penelitian ini, ayat tersebut menjadi landasan bahwa aktivitas perdagangan yang dilakukan masyarakat melalui pasar periodik pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur riba. Oleh karena itu, ayat ini menjadi dasar untuk melihat peran pasar periodik dalam aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus menilai apakah kegiatan perdagangan yang berlangsung di Pasar Periodik Desa Sungai Luar telah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.

b) Qs. An-Nisa Ayat 29



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(Qs. An-nisa: 29)

QS. An-Nisa ayat 29 menjelaskan larangan memperoleh atau mengambil harta orang lain dengan cara yang batil, serta membolehkan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Ayat ini relevan dengan penelitian “Peran Pasar Periodik dalam Aktivitas Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” karena aktivitas pasar tidak terlepas dari proses transaksi antara penjual dan pembeli. Dalam penelitian ini, ayat tersebut menjadi landasan untuk menilai apakah transaksi yang berlangsung di Pasar Periodik Desa Sungai Luar dilakukan secara benar, jujur, adil, dan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Dengan demikian, QS. An-Nisa ayat 29 memperkuat analisis penelitian mengenai pelaksanaan aktivitas ekonomi masyarakat di pasar periodik berdasarkan prinsip Ekonomi Islam, khususnya dalam hal kejujuran, keadilan, dan kerelaan dalam transaksi.

c) Qs. Al-Furqan Ayat 7

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

Artinya: “Dan mereka berkata: Mengapa rasul ini memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar?



Mengapa tidak diturunkan kepadanya malaikat agar bersama-sama dia memberi peringatan?. (Qs. Al-Furqan : 7)

Ayat ini menjelaskan bahwa Rasulullah juga berjalan di pasar (الأسواق) sebagaimana manusia biasa lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi seperti berdagang, membeli, dan menjual merupakan aktivitas yang mulia dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, selama dilakukan dengan cara yang halal, jujur, dan tidak merugikan pihak lain, Intinya: Al-Baqarah 275 menegaskan jual beli halal dan riba haram, sedangkan An-Nisa 29 menegaskan transaksi harus dilakukan secara benar dan saling rela. Jadi keduanya mendukung judul penelitian dari sisi yang berbeda dan Al-Furqan 7 sebagai contoh bahwa Rasulullah juga berdagang dipasar sebagaimana manusia-manusia lainnya.

Pasar dalam pandangan Islam bukan hanya tempat mencari keuntungan duniawi, tetapi juga wadah untuk menegaskan nilai-nilai moral, etika bisnis, dan keadilan sosial. Nabi *Muhammad* sendiri adalah seorang pedagang yang dikenal dengan sifat *ash-shidq* (jujur) dan *al-amānah* (dapat dipercaya).

Dengan demikian, *Al-Qur'an* memberikan legitimasi terhadap eksistensi pasar sebagai bagian penting dari kehidupan manusia dan perekonomian umat, asalkan dijalankan sesuai prinsip syariah — yaitu kejujuran,

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



keadilan, keterbukaan, dan tolong-menolong dalam kebaikan⁴⁹.

2. Hadist

a) Hadist ke 1

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ «عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ»

Artinya: “Wahai Rasulullah, mata pencaharian (kasb) apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi)”. (HR. Ahmad 4:141)

Hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad tersebut menjelaskan bahwa mata pencaharian yang baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan usaha sendiri dan jual beli yang mabrur, yaitu jual beli yang dilakukan secara benar dan memberikan keberkahan. Hadist ini relevan dengan penelitian “Peran Pasar Periodik dalam Aktivitas Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” karena pasar periodik menjadi salah satu sarana masyarakat untuk memperoleh pendapatan melalui kegiatan perdagangan. Dalam konteks penelitian ini, hadist tersebut menjadi landasan bahwa aktivitas perdagangan di Pasar Periodik Desa Sungai Luar dapat menjadi sumber penghidupan masyarakat selama dilakukan secara baik dan sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam. Dengan demikian, hadis ini memperkuat pembahasan mengenai peran pasar periodik dalam mendukung mata pencaharian dan aktivitas ekonomi masyarakat.

b) Hadist ke 2

⁴⁹ Quraish Shihab, M. *Tafsir Al-Mishbah*: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an. (Jakarta: Lentera Hati, 2022)



الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا
وَكُتِمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Artinya: “Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang”. (Muttafaqun ‘alaih)

Hadist diatas menjelaskan pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam transaksi jual beli. Rasulullah SAW menerangkan bahwa apabila penjual dan pembeli berlaku jujur serta menjelaskan keadaan barang secara terbuka, maka jual beli tersebut akan memperoleh keberkahan. Sebaliknya, kebohongan dan menyembunyikan keadaan barang dapat menghilangkan keberkahan dalam transaksi. Hadist ini relevan dengan penelitian “Peran Pasar Periodik dalam Aktivitas Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” karena aktivitas utama di pasar periodik adalah transaksi antara pedagang dan pembeli. Oleh karena itu, hadis ini menjadi landasan untuk melihat apakah praktik jual beli di Pasar Periodik Desa Sungai Luar telah dilakukan dengan jujur, terbuka, dan saling memberikan hak kepada pihak yang bertransaksi sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.

c) Hadist ke 3

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء



Artinya: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan para syuhada”. (HR. Tirmidzi)

Hadist yang diriwayatkan oleh Tirmidzi menjelaskan kedudukan pedagang yang jujur dan terpercaya, yaitu memperoleh kedudukan yang mulia karena kejujuran dan amanahnya dalam menjalankan perdagangan. Hadis ini memiliki relevansi dengan penelitian “Peran Pasar Periodik dalam Aktivitas Ekonomi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” karena pedagang merupakan salah satu pelaku utama dalam aktivitas ekonomi di pasar periodik. Dalam konteks Pasar Periodik Desa Sungai Luar, hadis ini menjadi landasan untuk melihat pentingnya sikap jujur dan amanah dalam menjalankan kegiatan perdagangan, sehingga keuntungan yang diperoleh tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral dalam Ekonomi Islam. Dengan demikian, hadis ini memperkuat analisis mengenai etika pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonomi di pasar periodik.

C. Pasar Periodik (Mingguan)

1. Pengertian Pasar Periodik

Pasar periodik atau mingguan adalah pasar sesaat yang terjadi ketika terdapat sebuah keramaian atau perayaan. Pasar sangat berpengaruh terhadap kemajuan ekonomi masyarakat. Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif. Di mana ekonomi masyarakat sendiri adalah sebagian kegiatan ekonomi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengulihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

atau usaha yang dilakukan masyarakat kebanyakan dengan cara swadaya mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, yang selanjutnya disebut sebagai usaha kecil menengah (UKM) terutama meliputi sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kerajinan, makanan dan sebagainya. Kemudian dalam sebuah pasar tidak bisa lepas dari pedagang. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.⁵⁰

2. Karakteristik Pasar *Periodik*

Pasar *periodik* (mingguan) merupakan jenis pasar tradisional yang beroperasi secara rutin pada hari atau periode tertentu dalam seminggu, biasanya di lokasi tetap di pedesaan atau pinggiran kota. Karakteristik utamanya meliputi:

⁵⁰ Muhammad Samsul Arifin, *Skripsi Strategi Pasar Kaget Terhadap Penguatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (IAIN Syech Nurjati Cirebon 2023)



a) Periodisitas dan Lokasi Tetap: Pasar ini hanya buka pada hari tertentu (misalnya, setiap Rabu atau Sabtu), dengan durasi 1-2 hari, dan berlokasi di area yang sama setiap periodenya. Hal ini memungkinkan pedagang dan pembeli dari wilayah luas berkumpul secara terjadwal.

b) Skala dan Jenis Barang: Menawarkan barang konsumsi harian seperti pangan segar (sayur, buah, daging), kebutuhan rumah tangga, hingga barang non-pangan seperti pakaian dan peralatan pertanian. Skalanya lebih besar daripada pasar harian biasa, menarik pedagang musiman dari luar daerah.⁵²

c) Fungsi Ekonomi-Sosial: Selain transaksi ekonomi, pasar ini berfungsi sebagai pusat interaksi sosial, pertukaran informasi, dan budaya lokal. Pedagang sering kali nomaden, berpindah antar pasar *periodik* untuk memaksimalkan penjualan.⁵³

d) Dinamika Harga dan Persaingan: Harga fluktuatif dipengaruhi musim dan pasokan, dengan persaingan ketat antar pedagang. Pasar ini mendukung ekonomi

⁵¹ Suryani & Santoso, Dinamika Pasar Tradisional Periodik di Jawa Tengah: Studi Kasus Pasar Mingguan Wonosobo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 2021, h. 45-62,

⁵² Adnan Putra Pratama, et al. Karakteristik Pasar Mingguan di Pedesaan Indonesia: Implikasi terhadap Rantai Pasok Pangan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 2022, h. 112-130.

⁵³ Widodo, S. (2020). *Pasar Periodik sebagai Pusat Ekonomi dan Budaya Masyarakat Jawa*. Dalam Buku *Ekonomi Lokal Pasca-Pandemi* (hlm. 89-105). Penerbit Universitas Gadjah Mada. ISBN: 978-602-1234-56-7 h. 92.



lokal, terutama petani kecil, meski rentan terhadap faktor eksternal seperti pandemi atau cuaca.⁵⁴

3. Kelebihan dan Kekurangan Pasar *Periodik*

a) Kelebihan dari pasar *periodik* secara spesifik meningkatkan pendapatan pedagang dan pertumbuhan ekonomi lokal, aksesibilitas serta juga lebih efisien⁵⁵

b) Sedangkan untuk kekurangannya yaitu, gangguan lingkungan⁵⁶ (kebersihan buruk), kepadatan ataupun kemacetan serta timbulnya persaingan yang tidak sehat

D. Konsep Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Ekonomi Masyarakat

Perekonomian masyarakat adalah sekumpulan kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang dialami dalam lingkungannya.⁵⁷ Maksud dari peningkatan perekonomian ini adalah perbaikan jenjang perekonomian melalui usaha mandiri yang produktif dengan memperhatikan manajemen dalam usahanya.

⁵⁴ Nugroho, A. D., & Sari, D. P. Analisis Ketahanan Pasar Mingguan terhadap Guncangan Ekonomi di Era Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia* 69(1) 2023

⁵⁵ Devina Efriyanti, *Skripsi "Analisis Dampak Kegiatan Pengajian Terhadap Terbentuknya Pasar Kaget dan Ekonomi Masyarakat Sekitar"* (Institut Teknologi Nasional Malang 2023)

⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ Arifin Noor, *Ilmu Sosial Dasar Untuk IAIN semua Fakultas dan Jurusan Komponen MKU*, (Bandung : CV Pustaka Setia , 1997), h. 85



2. Indikator Penguatan Ekonomi Masyarakat⁵⁸

a) Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima individu/rumah tangga dari kerja utama maupun tambahan. Studi nasional menempatkan pendapatan sebagai indikator penting ketahanan ekonomi dan kesejahteraan karena mencerminkan kemampuan memenuhi kebutuhan dasar dan pemerataan penghasilan Program pemberdayaan (kerajinan, kelompok tani, BUMDes, UP2K) umumnya menilai keberhasilan melalui peningkatan pendapatan keluarga/anggota, misalnya bertambahnya sumber penghasilan kedua, naiknya omzet usaha, atau berkurangnya ketergantungan pada utang. Dalam kajian kesejahteraan ekonomi, pendapatan bahkan disebut sebagai indikator utama yang paling sering digunakan

b) Kesejahteraan

Kesejahteraan merujuk pada tingkat kualitas hidup, baik materi (mampu memenuhi kebutuhan) maupun non-materi (kepuasan, kebahagiaan). Dalam pendekatan ketahanan ekonomi nasional, kesejahteraan diukur lewat indikator pendapatan, pendidikan, dan kesehatan karena pendidikan dan kesehatan yang baik akan menaikkan taraf hidup jangka panjang.

⁵⁸ Sudjana Sudjana, *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

c) Lapangan Kerja

Lapangan kerja adalah kesempatan kerja yang tersedia dan bisa diakses masyarakat. Secara empiris, kesempatan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan: orang yang bekerja memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekonomi Masyarakat

a) Faktor Makro Ekonomi

- Pertumbuhan ekonomi & investasi: PMDN, jumlah uang beredar, dan PDB berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Investasi, penyerapan tenaga kerja, dan zakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan pada pertumbuhan ekonomi⁵⁹.
- Kebijakan pemerintah & belanja publik: Pengeluaran pemerintah bisa berpengaruh positif maupun negatif terhadap pertumbuhan, tergantung daerah⁶⁰. Belanja bantuan sosial

⁵⁹ Annisa Vinka & Nila Sa'adati, "Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dengan Pendapatan Perkapita melalui Variabel Intervening." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 7.2 (2023): h.167-181

⁶⁰ Rendra Erdkhadifa. "Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dengan Pendekatan Spatial Regression." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11.2 (2022): h.122-140.



terbukti meningkatkan kesejahteraan masyarakat kota⁶¹.

- Inflasi, kemiskinan, ketimpangan: Inflasi dan tingkat literasi memengaruhi kemiskinan secara signifikan, sementara pengangguran tidak selalu signifikan⁶². Pertumbuhan ekonomi cenderung mengurangi ketimpangan, sedangkan belanja pemerintah tertentu justru meningkatkan ketimpangan pendapatan⁶³.

b) Faktor Sosial dan Geografi⁶⁴

- Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM): Tingkat pendidikan, keterampilan, dan kesehatan menentukan produktivitas tenaga kerja.
- Kondisi desa & kemiskinan: di Desa hutan, pendidikan rendah dan pendapatan petani berada di bawah standar BPS, sehingga kesejahteraan rendah

⁶¹ Olivia Mita, Palipada Palisuri, Muhammad Idris, "Pengaruh upah minimum kota, pendidikan, dan belanja bantuan sosial terhadap kesejahteraan masyarakat di kota palopo." *Journal of Economy Business Development* 3.1 (2025): h. 95-101.

⁶² Septian Pramu & Dinar Melani Hutajulu, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kemiskinan di Indonesia tahun 1999–2020." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 3.2 (2023): h. 379-390.

⁶³ Meyresta Lovina Wijaya, *Skripsi Pengaruh Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Provinsi Lampung Tahun 2018-2022)*. UIN Raden Intan Lampung, 2023.

⁶⁴ Prasojo Bakti Dwi, Daniel Itta, dan Hafizianor Hafizianor. "Kondisi sosial ekonomi masyarakat pelaksana program hutan desa di Desa Sungai Bakar Kecamatan Bajuin Kabupaten Tanah Laut." *Jurnal Sylva Scientee* 4.4 (2021): h.732-740.



c) Faktor Infrastruktur dan Teknologi

- Transportasi: Infrastruktur yang baik akan mempermudah distribusi barang dan jasa, menurunkan biaya logistik⁶⁵.
- Komunikasi dan Internet: Dengan sampainya internet sampai ke daerah kita bisa memasarkan produk kita lewat online, e-commerce, marketplace (shopee, tokopedia dsb)⁶⁶

E. Konsep Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pasar pada masa Rasulullah SAW

Ahli sejarah biasanya membagi sejarah Islam kepada dua bagian, yaitu sebelum dan setelah hijrah. Sebelum hijrah tepatnya pada tahun ke tujuh kenabian atau 616 M, pernah terjadi pemboikotan terhadap umat Islam di Makah selama tiga tahun sehingga umat Islam tidak diperbolehkan berhubungan dalam bentuk apapun dengan kaum Quraisy⁶⁷. Keadaan tersebut memaksa umat Islam melakukan pertukaran/perdagangan hanya dengan sesama muslim namun hal ini terjadi secara alami berdasarkan konsep *ta'awun* (tolong-menolong). Pada saat ini umat Islam belum memiliki tempat yang

⁶⁵ Suci Fadhila Rahma, Fitri Kartiasih, Pengaruh Infrastruktur Transportasi serta Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) terhadap Ketimpangan Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Indonesia* Vol 13 No 2 (2024): h.120

⁶⁶ Eko Yulianto & Aghnia Wulandari, Dampak Perkembangan E-commerce Terhadap Industri Jasa Transportasi dan Logistik di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Indonesia* Vol.1 No.2 (2025)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

khusus untuk berjual beli dan transaksi pun lebih bersifat sosial sehingga kondisi ini belum bisa dikatakan bahwa umat Islam telah memiliki pasar.⁶⁸

Pada periode Madinah setelah membangun masjid Nabawi, maka Rasulullah langsung membangun pasar yaitu pasar *Suqul Anshar* atau yang sering disebut pasar Madinah. Pasar ini didirikan langsung oleh Rasulullah dan para sahabat terutama sahabat Abdurrahman bin Auff. Setelah selesai dibangun, Rasulullah SAW segera mengumumkan bahwa pasar *Suqul Anshar* adalah pasar bagi seluruh umat Islam yang akan diatur berdasarkan syariat Islam. "Pasar-pasar harus mengikut sunnah yang sama dengan Masjid, sesiapa yang mendapat tempat awal ia boleh duduk sampai ia berdiri dan kembali ke rumah atau menyelesaikan bisnisnya.⁶⁹ Di pasar ini tidak dikenakan sewa, pajak dan bayaran apapun, sehingga pasar ini memiliki kemampuan persaingan yang tinggi dibandingkan dengan pasar lain (pasar non Islam) dimana produsen dapat menjual barangnya lebih murah dengan kualitas sama sehingga lebih diminati oleh pembeli.

Pasar merupakan sunatullah yang terjadi secara alami, karena itu Rasulullah tidak pernah menetapkan suatu harga barang di pasar. Penetapan harga ialah suatu ketidakadilan (*zulm*). Rasulullah menyatakan

⁶⁸ Suwandi, Muhmmad Hakimi & Wan Nasyrudin. Pasar Islam (Kajian Al-Quran dan Sunah Rasulullah SAW) Jurnal Al-Risalah Vol.16 No. 1, Juni (2016) h. 131-149

⁶⁹ Al Hindi, *Op. Cit.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Ar-Raniry

bahwa siapa saja yang menjual sesuai dengan harga yang berlaku di pasar maka ia seperti berjihad di jalan Allah SWT, sementara orang yang menetapkan harga sendiri ialah seperti orang yang ingkar kepada Allah SWT.⁷⁰ Dalam hadis lain Nabi Muhammad SAW menolak untuk menetapkan harga karena ketetapan harga (turun dan naiknya harga) ialah kehendak Allah SWT.⁷¹

Sikap Rasulullah SAW yang tidak mau menetapkan harga pasar meskipun harga- harga sedang naik, ini karena Rasulullah menyadari bahwa harga ditentukan oleh kekuatan tawar menawar (*demand and supply*) yang terjadi secara suka sama suka (*antaraa dim*) dan alami. Selama perubahan harga tersebut disebabkan oleh faktor-faktor permintaan dan penawaran yang adil dan tidak didorong oleh monopolistik, maka tidak ada alasan bagi pemerintah untuk menetapkan harga di pasar.⁷²

Oleh karena itu untuk mengembalikan pasar kepada nilai-nilai murni yang Islami, maka nilai-nilai moral harus ditegakkan. Nilai-nilai moral yang harus ada dalam pasar Islam adalah persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan

⁷⁰ Imam Turmizi, *Sunan al-Turmizi*, (Mesir: Syirkah Maktabah wa Matba'ah Mustafa al-Babi al-Hala- bi, 1975).

⁷¹ Bey Arifin, *Terjemah Sunan Abu Dawud Jilid IV Juz V-VI* (Semarang: CV. Asy Syifa, 1993), h. 75.

⁷² Monzer Kahf, *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Terj. Oleh Machnun Husein, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 54.



keadilan (*justice*). Nilai-nilai morality ini harus menjadi dasar yang kuat dalam pasar yang Islami.⁷³ Untuk memastikan nilai-nilai murni Islam terlaksana dengan baik di pasar, Rasulullah SAW sendiri berperan sebagai *al-muhtasib* atau *market controller* (pengawas pasar) terhadap kinerja pasar, beliau akan menegur, menasehati bahkan memberikan hukuman terhadap siapa saja yang melanggar aturan (syariat).

2. Prinsip-prinsip pasar dalam IslamKonsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:⁷⁴

Pertama, Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*).

Kedua, berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ihtikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

Ketiga, kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran

⁷³ Hendrie Anto, M.B. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h. 270-272.

⁷⁴ Rachmadhianing Putri,dkk "Analisis Mekanisme Pasar Dalam Islam: Prinsip, Etika Bisnis, dan Peran Pemerintah" *Jurnal Ekonomi Revolusioner* Vol 7, No 12, Desember 2024, h. 138-144



ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

Keempat, keterbukaan (*transparency*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya. Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan- kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.

3. Etika bisnis/dagang dalam Islam

Etika dalam berbisnis menjadi pondasi utama dalam mekanisme pasar Islam. Beberapa etika yang harus diperhatikan adalah⁷⁵:

Pertama, *Unity* (Tauhid). Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama.

Kedua, *Equilibrium* (Keseimbangan). Perilaku yang adil akan mendekatkan diri kepada ketakwaan, karena

⁷⁵ *Ibid*, h.142-143



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

itu dalam bisnis. Islam melarang menipu, walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat memberikan gangguan pada mekanisme pasar atau adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan agar penganutnya berlaku adil dan senantiasa berbuat kebajikan.

Ketiga, *Free will* (Kehendak bebas). Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis Islam, akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam membolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil.

Keempat, *Responsibility* (Tanggung jawab). Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik.

Kelima, *Benevolence* (Ihsan). Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.