

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Persaingan Dalam Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Persaingan Dalam Etika Bisnis Islam

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition*, yang artinya persainganitu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi, sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.¹

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.²

Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah:

¹B. N. Maribun, *Kamus Manajemen*(Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2003), 276.

²Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani,1997), 173.

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan
3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.³

Persaingan bisnis dalam etika bisnis Islam adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif (*fastabiqul khairat*) dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan memudharatkan pebisnis lainnya. Selain itu, Islam juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Karena hal itu akan membuatnya lalai hingga lupa dengan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, penting sekali bagi pebisnis Muslim untuk memahami konsep persaingan yang yang dianjurkan dalam Islam agar tidak terjatuh persaingan yang tidak sehat.⁴

Dalam kamus manajemen persaingan usaha atau bisnis terdiri dari :

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*) yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.

³Akhmad Mujahidin, "Etika Bisnis Dalam Islam" *Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*", (Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005), 122

⁴ Franz Magnis Suseno, *Etika Bisnis Islam : Dasar Dan Aplikasinya*, (Jakarta : Gramedia)1994, 55-56.

- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada praktik menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu tersingkir dari pasar salah satunya dengan menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.⁵

2. Hal-hal yang Dipersaingan dalam Etika Bisnis Islam

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

a. Barang (Produk)

Produk yang dipersaingan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk adalah merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan (produk) adalah hal yang wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

⁵Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, Cet: I, 2004), 371.

Barang dagangan menjadi urusan vital para pedagang. Pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang dicari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli. Selain itu, dalam menjual produk, para pedagang memperhatikan syarat produk yang dijual sesuai dengan hukum Islam untuk menghindari persaingan yaitu:

1. Suci

Para pedagang menjual barang yang suci bukan dikategorikan najis yang diharamkan.

2. Dapat dimanfaatkan

Para pedagang menjual barang yang bermanfaat bagi kehidupan.

3. Milik orang yang melakukan akad

Barang yang dijual oleh para pedagang adalah milik dari pedagang yang sah dan kuasa penuh dari pedagang, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainnya.

4. Dapat diserahkan

Barang yang dijual pedagang dapat diserahkan pada pembeli pada waktu akad terjadi.

5. Dapat diketahui

Yaitu barang yang diperjualbelikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang.⁶

⁶ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah, cet. IV* (Beirut: Dar al-Fikr, 1983) 129.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata dari Allah SWT akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berdagang. Selama berdagang, para pedagang akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah semata. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Karenanya, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia-Nya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar “memenangkan” persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik.

Terbaik di hadapan Allah yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturan-Nya dalam berbisnis. Terbaik di hadapan manusia dengan memberikan kepuasan pada para pembeli dengan cara menyediakan barang-barang yang dicari pembeli dan tidak merasa iri dengan pedagang lain yang ramai diserbu pembeli. Harusnya pedagang yang merasa iri termotivasi untuk menyediakan barang dagangan yang dibutuhkan oleh pembeli, dan pentingnya menyediakan barang dagangan yang berkualitas untuk menarik pembeli.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah persaingan bebas, artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran (demand and supply). Mekanisme pasar yang sempurna adalah kekuatan pasar yang bersifat massal dan impersonal yang merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, harga yang tidak adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka para pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau walaupun bertransaksi, mereka akan menanggung kerugian.⁷

Ibnu Taimiyah adalah seorang pelopor dalam penjelasannya tentang penentuan harga dalam hubungannya dengan penawaran dan permintaan.⁸ Naik turunya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat efisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat sedangkan penawaran menurun, harga tersebut akan naik, begitu pula sebaliknya.⁹

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik.

Ketikaberdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha

⁷ Gregory Grossman, *Sistem-Sistem Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995) 28.

⁸ Adiwirman A Karim, *Ekonomi Micro Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2010) 143.

⁹ Ibid 144.

pesaingnya hancur. Walaupun tidak berartigaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan dayasaingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan hargayang paling ringan dan tidak mengambil untung sebanyak-banyaknya.

Tas'ir (penetapan harga) merupakan salah satupraktik yang tidak diperbolehkan dalam syari'at Islam.Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidakmemiliki hak dan wewenang untuk menentukan hargaterhadap sebuah komoditas. Kecuali pemerintah telahmenyediakan untuk para pedagang, jumlah yang cukup untukdijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, ataupun pemerintah melihat dan mendapati adanya kezaliman-kezalimandi dalam sebuah pasar yang mengakibatkanrusaknya mekanisme pasar yang sehat.¹⁰

c. Tempat

Dalam Etika Bisnis Islam, tempat yang digunakan harus baik,sehat,bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

seorang muslim, bisnisyang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh danmengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita perolehmerupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiapjiwa sudah ditentukan rezekinya sendiri-sendiri. Jadi tidakmungkin akan tertukar dan tidak akan mungkin lari kemana-mana.Jika memang bukan rezekinya, sekuat apapun kitamengusahakannya, kita tidak akan mendapatkannya.Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi rezeki kitamaka dia akan datang dengan sendirinya.

¹⁰Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012) 111.

Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rezeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada. Dan satu lagi yang terpenting adalah jangan pernah takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu diambil oleh pihak lain¹¹

d. Pelayanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syar'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.¹²

Selanjutnya para pelaku usaha terus melakukan pelayanan-pelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya, semua itu pada akhirnya menguntungkan para konsumen karena selain mendapatkan harga yang rendah, konsumen juga diuntungkan dengan pesatnya perkembangan teknologi

¹¹ Ibid

¹² Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam. Edisi Pertama, Cet. Kedua* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004) 90.

bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pembisnisnya, namun tidak menghalalkan segala cara.

Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum yang terkandung dalam Islam. Selain itu dalam ajaran Islam terdapat aturan-aturan dan falsafah yang tergak ditas asas persaudaraan antar manusia dan menganggap mereka semua sebagai satu keluarga.¹⁵

Dalam hal ini persaingan itu tidak lagi diartikan sebagai usaha untuk mematikan pesaing lainnya tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Cara baru melihat persaingan

(a) Paradigma lama:

- 1) Yang lain adalah musuh saya
- 2) Nama permainan ini adalah kemenangan
- 3) Saya lebih baik dari pada mereka
- 4) Saya terpisah dari yang lain

(b) Paradigma baru

- 1) Yang lain adalah benchmark saya
- 2) Nama permainan ini adalah pembangunan terus menerus
- 3) Saya adalah sesuatu yang penting
- 4) Saya adalah bagian dari komunitas

4) Landasan Hukum Persaingan

¹⁵Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islami, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) 92-97.

Landasan hukum dari persaingan bisnis adalah Undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.¹⁶

5) Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut Porter, ada 4 faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing

a) Kekuatan tawar membeli

Mencakup faktor- faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar-menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

b) Kekuatan pemasok atau supplier

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu kekuatan tawar pembeli ,dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisipembeli semakin kuat.

c) Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor-faktor seperti biaya perpindahann dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan-pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.

d) Ancaman pendatang baru

¹⁶ Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dimana kedatangannya kadangkala membuat pedagang yang bagus penjualanya dan pemasarannya bisa jatuh. Jangan dianggap remeh pendatang baru, kadangkala pendatang baru lebih inovatif dari pada pedagang lama.¹⁷

Dengan aturan main bisnis Islam, diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika bisnis Islam, suatu bisnis dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Adapun etika perdagangan Islam antara lain:

a) Jujur

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukanusahanya. Jujur dalam penegertian yang lebih luas yaitutidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngadafakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji.¹⁸

b) Amanah (tanggung jawab)

Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha yang telah dipilihnyatersebut. Tanggung jawab disini, artinya , mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbebani di pundaknya. Kewajiban dan tanggungjawab para pebisnis antara lain: menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup sertakegunaan dan manfaat yang memadai.¹⁹

c) Tidak menipu

Praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadistrategi dan cara bagi dunia bisnis untuk

¹⁷ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, (Terj. Sigit Suryanto: Karisma, 2007) 27.

¹⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 15.

¹⁹Ibid., 156.

mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis.²⁰

d) Menepati janji

Sebagai seorang pebisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembelinya maupun diantara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat memepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang dimaksudkan adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik kepada pembeli, maupun kepada rekan bisnisnya.²¹

e) Murah hati

Apa yang dijalankan oleh Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnisnya patut ditiru oleh setiap pebisnis. Disamping jujur, amanah dan tidak pernah menipu, selalu menepati janji, beliau juga senantiasa bermurah hati kepada pembeli dan rekan bisnisnya. Murah hati dalam pengertian senantiasa bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab. Sikap seperti itulah yang nantinya akan menjadi magnet tersendiri bagi pebisnis dan pedagang dapat menarik para pembeli. Murah hati adalah sikap mulia cermin dari kepribadian seorang pebisnis yang mempunyai etika bisnis Islami.²²

f) Tidak melupakan akhirat

Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Pedagang muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan

²⁰ Ibid, 158.

²¹ Ibid, 160.

²² Ibid, 163.

akhirat.²³ Maksudnya adalah pedagang muslim jika menjalankan bisnis dengan cita-cita keuntungan dunia yang pendek, seperti punya mobil, punya rumah, dan punya perusahaan besar, ini cita-cita yang terlalu pendek. Kita naikan cita-cita setinggi-tingginya yaitu ke akhirat yaitu pedagang muslim berbisnis bekerja keras karena ingin menikah, karena ingin menafkai keluarga, ingin membantu keluarga yang tidak mampu, dan menyantuni anak yatim.

Sejarah mencatat, bahwa dengan berpedoman kepada etika perdagangan Islam, pedagang Arab Islam tempo dulu mampu mengalami masa kejayaannya, sehingga mereka dapat terkenal di hampir seluruh penjuru dunia. Rasulullah SAW menjalankan usahanya semata-mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi jutawan. Ini dikarenakan beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan.²⁴

3. Dampak Positif Adanya Persaingan

Kompetisi merupakan persaingan yang menunjuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktivitas yang dijalani. Ketika kita bersikap kompetitif, maka berarti kita memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan kepada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.²⁵

²³Ibid., 165.

²⁴ Ibid. 187

²⁵Nia Hidayati, "Bagaimana Menghadapi Kompetisi Dan Persaingan", Artikel Diakses Pada

Dengan memaknai kompetisi seperti itu, kita menganggap kompetitor lain sebagai partner (bukan lawan) yang memotivasi diri untuk meraih prestasi. Inilah bentuk kompetisi yang dilandasi sifat sehat dan tidak mengarah kepada timbulnya permusuhan atau konflik, sehingga tidak bersifat deskruktif dan membahayakan kelangsungan dan keharmonisan kehidupan kita. Tuntutan dunia bisnis dan manajemen yang semakin tinggi dan kerasmensyaratkan sikap dan pola kerja yang professional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan mengharuskan orang-orang bisnis untuk bersungguh-sungguh menjadi profesional bila mereka ingin sukses dalam profesinya.²⁶ Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pembisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut.

4. Dampak Negatif Adanya Persaingan

- a. Kemungkinan terjadinya pelanggaran etika bisnis Islam
- b. Kesulitan tumbuhnya bisnis pemula
- c. Terjadinya perang harga yang merugikan bagi semua pesaing
- d. Dapat menghasilkan bisnis monopoli dalam persaingan yang liar

B. Tinjauan Tentang Pasar

1. Pengertian Pasar dalam Islam

Dalam Pasar ekonomi Islam (السوق) di definisikan sebagai sarana pertemuan antara penjual dan pembeli, dimana seorang pembeli datang ke pasar dengan

Tanggal 2 November 2016 Dari [Http://Persaingan.Com/2010/02/28/BagaimanaMenghadapiKompetisiDanPersainagan.Html](http://Persaingan.Com/2010/02/28/BagaimanaMenghadapiKompetisiDanPersainagan.Html).

²⁶ Badiatul Luthfiani, *Konsep Etika Bisnis Perdagangan Global Dalam Pandangan Syariah* (Skripsi S1 Fakultas Syariah Dan Hukum, Univesitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: 2004), 14.

membawa suatu permintaan barang tertentu untuk bertemu dengan penjual yang membawa penawaran barang yang sama juga. Dan hasil dari pertemuan tersebut akan menghasilkan kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang tingkat harga dan jumlah barang dalam transaksi.²⁷

Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.²⁸

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Furqaan ayat 20:

□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□ □□□□
 □□□□□□□□□□ □□□□□□ □□ □□□□□□□□□□□□
 □ □□□□□□ □□ □□□□□□□□□□ □□□□□□
 □□□□□□□ □□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□
 □□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□□□□□

“Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. Maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha Melihat..(QS.AlFurqaaan: 20) ”²⁹

2. Jenis-Jenis Pasar

Adapun jenis-jenis mengenai pasar sebagai berikut:

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual pembeli, terjadinyakesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga.³⁰

b. Pasar Modern

²⁷ Ahmad Zuhdi Muhdlor, *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia*, 1100

²⁸ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 158.

²⁹ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 562.

³⁰ Menteri Dalam Negeri, *Peraturan menteri dalam negeri nomor 42 tahun 2007 tentang pengelolaan pasar desa* (Jakarta: Desperindag, 2007), 10.

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern yang dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktifitas tawar-menawar dan dengan layanan yang baik.³¹

3. Karakteristik Pasar

Adapun karakteristik pasar tradisional dan pasar modern sebagai berikut:

a. Pasar Tradisional

- 1) Proses jual-beli melalui tawar menawar harga.
- 2) Barang yang disediakan umumnya barang keperluan dapur dan rumah tangga.
- 3) Harga yang relatif lebih murah.
- 4) Area terbuka dan tidak ber-AC.
- 5) Area yang terlihat kotor dan becek.

b. Pasar Modern

- 1) Harga sudah tertera dan diberi Barcode.
- 2) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- 3) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (minimarket).
- 4) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik matahari dan debu dari luar.
- 5) Tempat bersih.
- 6) Tata tempat sangat diperhatikan untuk memperoleh dalam pencarian barang.

Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke Cashier dan tidak ada tawar menawar.

³¹ Baso Swasta dan Irawan, *Managemen Pemasaran Modern*. Liberty (Yogyakarta: Delta Khairunnisa, 2002), 70.

C. Dasar Hukum Pasar

Adapun dasar hukum pasar sebagai berikut:

1. Peraturan pemerintah pusat

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri No. 57 dan 145/MPP/Kep/1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

2. Peraturan pemerintah daerah.

Peraturan Daerah Kota Kediri Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern Bab I Pasal 1 ada lima ayat dan Bab VI pasal 28 ayat 3 ada delapan ketentuan Sebagai Berikut:

Ayat 30: Penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu daerah agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada.