

BAB II

**TINJAUAN UMUM MENGENAI PASAR,
PEMBERDAYAAN PASAR TRADISIONAL, DAN ETIKA
BISNIS ISLAM**

A. Pasar

1. Pengertian Pasar

Keberadaan pasar merupakan salah satu indikator dalam kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Pengertian pasar menurut Perda

Kota Bandung Pasal 1 angka 11 yaitu:

“Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai tempat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.”

Pasar berfungsi sebagai tempat kegiatan sosial, ini berarti pasar memiliki fungsi antara lain:³⁹

- a. Media interaksi sosial;
- b. Pusat komunikasi dan informasi melalui bahasa dan simbol yang dipahami bersama; dan
- c. Pusat keramaian dan hiburan.

Pemberlakuan liberalisasi sektor ritel pada 1998 menjadi awal masuknya ritel asing ke pasar dalam negeri.⁴⁰ Oleh karena itu, persaingan di dunia perdagangan semakin meningkat dan mendorong munculnya

³⁹ Mohamad Tohari, *Hukum Persaingan Usaha: Intergrasi Pasar Tradisional dan Modern*, Taujih, Ungaran, 2018, Hlm. 150.

⁴⁰ *Ibid*, Hlm. 11.

pasar modern di berbagai kota, hal ini mengakibatkan persaingan tidak hanya terjadi antar sesama pasar modern, namun pasar tradisional juga menjadi korban dari persaingan ini.

2. Jenis-Jenis Pasar

Pasar yang berkembang dalam masyarakat ada dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar tradisional

Pasar tradisional menurut Perda Kota Bandung Pasal 1 angka 15 yaitu:

“Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar”

Menurut Pasal 4 Permendagri, pasar tradisional memenuhi kriteria antara lain:

- 1) Dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah;
- 2) Transaksi dilakuakn secara tawar menawar;
- 3) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama; dan
- 4) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal.

Secara umum, karakteristik pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- 1) Pedagang di pasar tradisional merupakan pedagang kecil;

- 2) Kondisi fisik pasar yang khas yaitu kotor dan becek.
- 3) Belum menggunakan teknologi tinggi dalam administrasi dan pengelolaannya masih sederhana;
- 4) Barang yang diperdagangkan adalah produk kebutuhan sehari-hari, sayur-mayur, buah-buahan, dan bahan mentah;
- 5) Terjadinya proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
- 6) Adanya campur tangan pemerintah dalam hal pengelolaan, pembinaan, pemberdayaan, dan pengawasan.

b. Pasar modern

Pengertian pasar modern menurut Perda Kota Bandung Pasal 1

angka 28 yaitu:

“Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *departement store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.”

● Perda Kota Bandung mengklasifikasikan pasar modern pada Pasal 15 yang diklasifikasikan berdasarkan luas gerai serta sistem penjualan dan jenis barang dagangan. Yang diklasifikasikan kedalam luas gerai yaitu sebagai berikut:

- 1) *Minimarket* kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- 2) *Supermarket* 400 m² sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi);
- 3) *Departement store*, diatas 400 m² (empat ratus meter persegi);
- 4) *Perkulakan*, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).

Sementara yang termasuk kedalam klasifikasi sistem penjualan dan jenis barang dagangan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Minimarket*, *supermarket* dan *hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
- 2) *Departement store* menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen; dan
- 3) Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Secara umum, karakteristik pasar modern adalah sebagai berikut:

- 1) Pelayanan pasar modern dilakukan sendiri (*swalayan*);
- 2) Kondisi pasar modern umumnya bersih dan nyaman, serta dilengkapi dengan *air conditioner*;
- 3) Tidak terjadi proses tawar-menawar harga karena harga sudah ditetapkan dan tertera pada masing-masing barang;
- 4) Memiliki tata ruang yang rapih dan terstruktur sehingga memudahkan konsumen menemukan barang yang ingin dibeli;
- 5) Jenis barang yang dijual sangat beragam dan memiliki kualitas yang baik;
- 6) Kegiatan ekonomi di pasar modern tidak terdapat campur tangan pemerintah.

Perda Kota Bandung mengatur tentang regulasi kegiatan perdagangan di toko modern dalam Pasal 9 ayat (1) yang menyebutkan bahwa: “Pelaku usaha retail di pusat perbelanjaan dan toko modern, wajib memperdagangkan barang dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Label harga dapat diobservasikan oleh pembeli;
- 2) Harga yang dicantumkan dalam bentuk rupiah;
- 3) Harga potongan dicantumkan bersama harga sebelum potongan untuk barang tersebut;
- 4) Memenuhi ketentuan registrasi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 5) Memenuhi persyaratan kesehatan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- 6) Memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memeriksa jumlah, kualitas dan nilai pembelian produk yang dibeli.

Keberadaan pasar modern mempunyai dampak bagi keberadaan pasar tradisional yang eksistensinya mengalami penurunan, hal itu karena adanya perbedaan yang mencolok antara pasar tradisional dan pasar modern terutama dari segi kualitas produk dan kenyamanan yang diberikan. Meskipun persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional menguntungkan konsumen, tetapi hal ini akan mengakibatkan ketidakseimbangan roda perekonomian.

Pasal 17 Perda Kota Bandung menyatakan bahwa pendirian dan/atau perusahaan pusat perbelanjaan dan toko modern harus mempertimbangkan keberadaan pasar tradisional dan usaha kecil yang telah ada sebelumnya. Kemudian dalam Pasal 18 disebutkan bahwa lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah dan Rencana Tata Ruang Kota termasuk peraturan zonasinya.

Mengenai lokasi pendirian pasar modern diatur dalam Pasal 19 Perda. Didalam Pasal 19 ini disebutkan bahwa:

- 1) Perkulakan hanya dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder.
- 2) *Hypermarket* dan pusat perbelanjaan:
 - a) Hanya dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor; dan
 - b) Dilarang berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan.
- 3) *Supermarket* dan *departemen store*:
 - a) Dilarang berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan; dan
 - b) Dilarang berada pada kawasan pelayanan lingkungan di daerah.
- 4) *Minimarket* dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di daerah.

- 5) Luas gerai *minimarket* pada sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) maksimal 200 m² (dua ratus meter persegi).
- 6) Pasar tradisional dapat berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan.

Jarak usaha perdagangan pusat perbelanjaan dan toko modern mengacu pada Pasal 20 Perda Kota Bandung yang menyebutkan persyaratan penyelenggaraan pusat perbelanjaan dan toko modern harus memenuhi:

- 1) *Minimarket* berjarak minimal 0,5 km dari pasar tradisional dan 0,5 km dari usaha kecil sejenis yang terletak di pinggir kolektor/arteri;
- 2) *Supermarket* dan *departement store* berjarak minimal 1,5 km dari pasar tradisional yang terletak di pinggir kolektor/arteri;
- 3) *Hypermarket* dan perkulakan berjarak minimal 2,5 km dari pasar tradisional yang terletak di pinggir kolektor/arteri;
- 4) *Minimarket* yang terletak di pinggir jalan lingkungan dengan luas gerai s/d 200 m², berjarak minimal 0,5 km dari pasar tradisional dan usaha kecil sejenis;
- 5) Penempatan pedagang tradisional berjarak dalam rangka kemitraan dilarang menggunakan ruang milik jalan; dan
- 6) Pengaturan jarak sebagaimana ayat 1, ayat 2, ayat 3, dan ayat 4 tidak berlaku untuk kawasan pusat primer.

3. Persaingan Usaha yang Mengatur Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Pasar modern seperti mall, *trade center* dan lain-lain, telah memusatkan modal pada satu orang atau satu kelompok dagang dengan kekuatan modal besar, ini hal pokok awal yang membuat persaingan dalam perdagangan ini menjadi tidak seimbang dengan usaha kecil atau dengan pasar-pasar tradisional yang selama ini menjadi pusat perbelanjaan masyarakat.⁴¹

Kehadiran ketentuan hukum persaingan usaha selain mengemban fungsi hukum sebagai alat pengendali sosial (*a tool of sosial control*) juga diharapkan berfungsi sebagai alat rekayasa sosial (*a tool of sosial engineering*).⁴²

Terdapat beberapa strategi yang perlu diperhatikan pemerintah dalam menjaga keberlanjutan pasar tradisional.⁴³ Pembangunan fasilitas dan renovasi fisik pasar, peningkatan kompetensi pengelola pasar, melaksanakan program pendampingan pasar, penataan dan pembinaan pasar yang dikemukakan dalam Peraturan Presiden Nomor 112/2007 dan optimalisasi pemanfaatan lahan pasar.⁴⁴ Persaingan usaha antara pasar modern dan pasar tradisional memang penuh dinamika.⁴⁵ Oleh karena itu memerlukan upaya dalam meningkatkan eksistensi pasar tradisional antara lain: revitalisasi pasar tradisional, pembatasan komoditas barang dari pasar

⁴¹ *Ibid*, Hlm. 160.

⁴² *Ibid*, Hlm. 173

⁴³ *Ibid*.

⁴⁴ *Ibid*.

⁴⁵ *Ibid*.

modern untuk menjaga daya saing pasar tradisional serta regulasi *zoning* dengan pertimbangan ekonomi.⁴⁶ Dengan adanya upaya yang baik serta komitmen yang jelas dari pihak pemegang kebijakan, pengelola pasar, pihak swasta dan pelaku usaha/pedagang maka persaingan pasar modern dan pasar tradisional tidak harus mematikan.⁴⁷

Tujuan yang ingin dicapai terhadap pembatasan usaha toko modern dalam kategori *minimarket* adalah sebagai berikut:⁴⁸

- a. Untuk memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah di daerah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;
- b. Untuk mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat;
- c. Untuk mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perseorang atau kelompok orang atau badan tertentu yang dapat merugikan UMKM; dan
- d. Untuk memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan UMKM serta pemerataan pendapatan yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Seiring dengan meningkatnya persaingan di bisnis ritel, ada beberapa hal yang harus menjadi landasan bagi pembuat kebijakan untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional selain dari kebijakan pemerintah yang bersifat regulasi, antara lain:⁴⁹

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*, Hlm. 181-182.

⁴⁹ *Ibid.*, Hlm. 174.

- a. Memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional.
- b. Melakukan pembenahan total pada manajemen pasar.

Pemerintah daerah harus memperhatikan hal tersebut. Kebijakan pemerintah yang biasanya ditangani melalui konsep pengaturan perlindungan ada dua tugas utama yang harus dilakukan pemerintah.⁵⁰ Pertama, memberikan perlindungan kepada pelaku usaha kecil/tradisional dari ancaman ketersingkirannya akibat ketidakmampuan bersaing dengan pasar modern, misalnya melalui pengaturan zonasi, waktu buka, kewajiban melakukan kemitraan, dan sebagainya.⁵¹ Kedua, melakukan pemberdayaan usaha kecil/tradisional untuk memperkuat daya saing mereka sehingga mereka mampu mengakomodasi tuntutan masyarakat terhadap aspek-aspek yang lebih berkaitan dengan psikologi konsumen, seperti kenyamanan, rasa aman, dan sebagainya.⁵²

Pemerintah Daerah Kota Bandung dalam rangka melaksanakan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 mengeluarkan Perda Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Selain itu Menteri Dalam Negeri mengeluarkan peraturan yang bertujuan untuk menjaga eksistensi pasar tradisional melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

⁵² *Ibid.*

Pemerintah juga mengeluarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

4. Peran Negara dalam Mekanisme Pasar

Negara mempunyai kewajiban untuk mengatur agar kepentingan-kepentingan yang berhadapan harus dapat dipertemukan dalam keselarasan dan harmonisasi yang ideal.⁵³ Campur tangan pemerintah dimaksudkan dengan tujuan:⁵⁴

- a. Mengawasi agar akibat ekstern kegiatan ekonomi yang merugikan dapat dihindari;
- b. Menyediakan barang publik yang cukup hingga masyarakat dapat membelinya dengan mudah dan murah;
- c. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan yang besar yang dapat mempengaruhi pasar;
- d. Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan ketidaksetaraan dalam masyarakat;
- e. Memastikan pertumbuhan ekonomi dapat diwujudkan secara efisien.

Pemerintah memiliki peran dan fungsi dalam pembangunan ekonomi, yaitu:⁵⁵

⁵³ Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007, Hlm, 132.

⁵⁴ Mohamad Tohari, *op.cit.*, Hlm. 83

⁵⁵ Elly Erawati, *op.cit.*, Hlm. 17-18.

- a. Untuk meningkatkan efisiensi ekonomi melalui penciptaan persaingan usaha yang sehat, pengendalian terhadap eksternalitas, serta penyediaan berbagai barang kepentingan publik atau *public utilities*;
- b. Untuk menciptakan keadilan melalui kebijakan perpajakan dan sosial dalam rangka redistribusi pendapatan khususnya kepada kelompok masyarakat yang kurang beruntung/miskin;
- c. Untuk membantu meningkatkan stabilitas dan pertumbuhan makro ekonomi seperti mengurangi pengangguran dan inflasi, melalui kebijakan fiskal dan moneter;
- d. Untuk melaksanakan perekonomian internasional yaitu ekspor-impor melalui kebijakan pengendalian ekspor maupun impor.

Campur tangan pemerintah dalam ekonomi dapat dilakukan dalam tiga bentuk yaitu:⁵⁶

- a. Membuat undang-undang, undang-undang diperlukan untuk mempertinggi efisiensi mekanisme pasar, menciptakan dasar sosial ekonomi dan menciptakan pertandingan bebas sehingga tidak ada kekuatan monopoli;
- b. Secara langsung melakukan kegiatan ekonomi (mendirikan perusahaan) dengan produksi barang publik;
- c. Melakukan kebijakan fiskal dan moneter, kebijakan fiskal diperlukan masyarakat bahwa pemerintah dapat menetapkan anggaran belanja dan penerimaan negara secara seimbang.

⁵⁶ *Ibid*, Hlm. 84.

Beberapa regulasi yang berkaitan dengan pengaturan perlindungan terhadap pasar tradisional dalam hubungannya dengan pasar modern untuk mencegah terjadinya praktek usaha yang tidak sehat adalah:

- a. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
- b. Peraturan Presiden No.112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
- c. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional;
- d. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Hukum sangat berperan dalam pembangunan ekonomi, karena hukum diperlukan dalam membantu sebuah negara melakukan pembangunan ekonomi mulai dari tahap perekonomian agraris tradisional hingga berkembang ke tahap industri⁵⁷. Peran hukum dalam pembangunan ekonomi yaitu menciptakan kepastian hukum, mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong industrialisasi, menciptakan persaingan usaha sehat, mencegah dampak eksternalitas, melindungi konsumen dan pemerataan kesejahteraan, menjaga stabilitas dan pertumbuhan makroekonomi, serta melaksanakan ekonomi internasional.⁵⁸

5. Konsep Pasar dalam Islam

Pasar dalam kacamata Islam merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal yang aturan-aturannya bernafaskan ajaran-ajaran Islam dimana

⁵⁷ Elly Erawati, *op.cit.*, Hlm. 19.

⁵⁸ *Ibid.*

didalamnya harus tercipta mekanisme harga yang adil atau harga yang wajar, yang tentu saja memiliki berbagai kelemahan seperti tidak selalu selaras antara prioritas individu dengan sosial, mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, dan lain sebagainya.⁵⁹ Pada dasarnya tujuan dari ekonomi Islam adalah untuk mencapai keselarasan bagi kehidupan di dunia dan di akhirat serta pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai tujuan agama. Dalam menjalankan kegiatan ekonomi, haruslah menjalankan aturan-aturan kegiatan ekonomi yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam pandangan Islam tentang pasar, para pedagang pasar diharuskan berlaku secara adil, baik dalam bentuk persaingan maupun adil kepada diri sendiri. Pasar dalam konteks Islam diwajibkan bertindak adil dan dilarang saling mendzalimi, alasan yang paling tepat adalah pasar memiliki peranan yang penting dalam ekonomi, karena untuk tujuan maslahatan manusia dalam mendapatkan mata pencarian yang akan terwujud dengan adanya tukar menukar dalam kegiatan muamalah di pasar.⁶⁰

Konsep Islam tentang pasar dibutuhkan campur tangan dari pemerintah, karena pemerintah mempunyai peran yang besar sebagai pengatur dan

⁵⁹ Indah Superti, “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2007, Hlm. 56.

⁶⁰ Alimatul Farida, “Struktur Pasar Dalam Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, Hlm. 2.

pengawas dalam pasar. Peran pasar pemerintah dalam pasar secara garis besar dikelompokkan kedalam tiga bagian yaitu:⁶¹

1. Peran pemerintah yang berkaitan dengan implementasi nilai dan moral Islam, dibagi dalam kategori sebagai berikut :

- a. Memastikan dan menjaga implementasi nilai dan moral Islam secara keseluruhan.
- b. Memastikan dan menjaga agar pasar hanya memperjual belikan barang dan jasa yang halal dan mubah saja.
- c. Memastikan dan menjaga pasar yang hanya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan prioritas kebutuhan sesuai dengan ajaran Islam dan kepentingan perekonomian nasional.
- d. Membuat berbagai langkah untuk meningkatkan daya saing dan daya jual beli dari pelaku pasar yang lemah seperti produsen kecil dan konsumen yang miskin.

2. Peran pemerintah yang berkaitan dengan teknis operasional pasar, dalam konteks operasional pasar, hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :

- a. Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan dalam persaingan, menyediakan informasi, membongkar penimbunan dan lain sebagainya.
- b. Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

⁶¹ *Ibid*, Hlm. 4.

3. Peran pemerintah yang berkaitan dengan kegagalan pasar, dalam menanggapi kegagalan pasar hal yang harus dilakukan pemerintah adalah sebagai berikut :

- a. Mengatasi masalah dengan berpedoman pada nilai-nilai keadilan.
- b. Menguasai dan menyediakan barang-barang publik dan melarang penguasaan barang publik oleh perorangan.
- c. Melembagakan nilai dan moralitas Islam.

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dari individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada subordinat, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain.⁶² Islam menjamin kebebasan pasar. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. akan tetapi, pasar yang berjalan sendiri secara adil kenyataannya sulit ditemukan.⁶³

Konsep jual beli dalam pasar Islam berdasarkan pada batasan-batasan syariat, karena jika tidak mengindahkan batasan-batasan tersebut maka sebagian besar praktek jual beli yang terjadi di masyarakat adalah transaksi yang dipenuhi berbagai unsur penipuan, kecurangan dan ketidakadilan dalam bertransaksi.⁶⁴ Ini disebabkan sedikitnya pengetahuan tentang ajaran Islam yang berakibat pada orientasi untuk mengejar keuntungan sehingga berbagai upaya ditempuh agar mendapatkan keuntungan berlebih, jadi pada hakikatnya yang mereka lakukan itu adalah transaksi riba.⁶⁵

⁶² Indah Superti, *op.cit.*, Hlm. 59.

⁶³ *Ibid*, Hlm. 60.

⁶⁴ *Ibid*, Hlm. 64.

⁶⁵ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Erlangga, Jakarta, 2012, Hlm. 110

Negara berperan mengatur pasar dan pedagang pasar agar tidak terjadi persaingan pasar yang tak sehat, dan bertanggung jawab atas pengelolaan pasar. Jika kondisi persaingan telah mengakibatkan kesengajaan antar pelaku usaha maka Negara juga berkewajiban untuk meningkatkan daya saing pasar dengan program pemberdayaan pembangunan.⁶⁶

B. Pemberdayaan Pasar Tradisional

Pasar tradisional memiliki peranan penting dalam kehidupan perekonomian,⁶⁷ *pertama*, pasar tradisional merupakan wujud riil perputaran ekonomi masyarakat; *kedua*, pasar tradisional sebagai usaha ekonomi rakyat menjadi pendorong masyarakat menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan kreatif; dan *ketiga*, pasar tradisional memberikan ruang masyarakat untuk saling berinteraksi.

Saat ini pasar tradisional dihadapkan dengan permasalahan eksistensinya terancam akibat keberadaan dan perkembangan pasar modern yang semakin meningkat. Hal ini akan menuntut pemerintah guna lebih ekstra menjaga eksistensi dari pasar tradisional dengan kewenangan yang mereka miliki.

Permasalahan yang terjadi di pasar tradisional menyebabkan eksistensinya mulai terancam sehingga diperlukannya pemberdayaan pasar tradisional.

⁶⁶ Muhamad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004, Hlm. 92-93.

⁶⁷ Abdul Wahab, "Keberpihakan Kebijakan Pemerintah pada Sektor Usaha Rakyat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Keberlangsungan Pasar Tradisional)", *Tsaqafah: Jurnal Peradaban Islam*, Vol. 12, No. 1, Mei 2016, Hlm. 171.

1. Pemberdayaan Pasar Tradisional Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2009 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Pengertian mengenai pemberdayaan pasar tradisional tidak diatur dalam Perda. Namun, ruang lingkup Perda Kota Bandung ini sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 disebutkan bahwa “ruang lingkup pengaturan Peraturan Daerah ini meliputi penataan, pembinaan, dan pemberian ijin usaha perdagangan”.

Pemberdayaan pasar tradisional dalam Perda Kota Bandung ini tidak diatur secara khusus. Namun, di dalam Perda Kota Bandung diatur mengenai pembinaan pasar tradisional yang didalamnya ada pemberdayaan pasar tradisional.

Pembinaan pasar dilakukan oleh pemerintah daerah. Dalam Pasal 24 ayat (2) dinyatakan bahwa dalam rangka pembinaan pasar tradisional pemerintah daerah melakukan:

- a. Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- b. Meningkatkan kompetensi pedagang pasar dan pengelola pasar tradisional;
- c. Memprioritaskan kesempatan bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada untuk memperoleh tempat usaha di pasar tradisional yang direnovasi atau direlokasi; dan

d. Mengevaluasi pengelolaan pasar tradisional.

2. Pemberdayaan Pasar Tradisional Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

Pemberdayaan pasar tradisional menurut Permendagri adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pasar tradisional perlu dikelola dan diberdayakan agar mampu berkompetisi dan berdaya saing dengan pasar modern. Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional mempunyai tujuan seperti yang tercantum dalam Pasal 2 Permendagri yaitu:

- a. menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat;
- b. meningkatkan pelayanan kepada masyarakat;
- c. menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah;
- d. menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pemerintah Daerah melakukan pembinaan, pengawasan dan pemberdayaan pasar tradisional guna menjaga agar eksistensi pasar tradisional tidak akan mati ditengah era modern ini. Pemberdayaan pasar tradisional yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah tercantum dalam Pasal 18 ayat (2) Permendagri yaitu antara lain meningkatkan profesionalisme

pengelola, meningkatkan kompetensi pedagang pasar, dan meningkatkan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar.

Peningkatan profesionalisme pengelola pasar dapat dilakukan sebagaimana yang telah tercantum dalam Pasal 19 Permendagri yang menyebutkan bahwa:

“Peningkatan profesionalisme pengelola pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (2) huruf a melalui:

- a. Penetapan visi, misi, dan kebijakan pengembangan pasar;
- b. Penerapan manajemen yang profesional;
- c. Pembentukan struktur organisasi dan uraian tugas yang jelas; dan
- d. Ketersediaan standar operasional dan prosedur.”

Peningkatan kompetensi pedagang pasar dapat dilakukan sebagaimana yang telah tercantum dalam Pasal 20 Permendagri yang menyebutkan bahwa:

“Peningkatan kompetensi pedagang pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (2) huruf b antara lain:

- a. Pembinaan disiplin pedagang dan pembeli;
- b. Bimbingan kepada para pedagang untuk menarik para pembeli;
- c. Peningkatan pengetahuan dasar bagi para pedagang; dan
- d. Memahami perilaku pembeli.”

Peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar dapat dilakukan sebagaimana yang telah tercantum dalam Pasal 21 Permendagri yang menyebutkan bahwa:

“Peningkatan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (2) huruf c antara lain:

- a. Pembenahan tata letak;
- b. Pengaturan lalu lintas orang dan barang di dalam pasar;
- c. Peningkatan kualitas konstruksi;
- d. Pembenahan sistem air bersih dan limbah;
- e. Pembenahan sistem elektrikal;
- f. Penggunaan sistem pencegah kebakaran; dan
- g. Pembenahan sistem penanganan sampah.”

3. Pemberdayaan Pasar Tradisional Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Pengertian mengenai pemberdayaan pasar tradisional tidak diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). Dalam melakukan usaha perdagangan, pemerintah harus mengembangkan sarana perdagangan seperti yang tercantum dalam Pasal 12 ayat (1) UU Perdagangan yang menyebutkan bahwa:

“Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Pelaku Usaha secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mengembangkan sarana Perdagangan berupa:

- a. Pasar rakyat;
- b. Pusat perbelanjaan;
- c. Toko swalayan;
- d. Gudang;
- e. Perkulakan;

- f. Pasar lelang komoditas;
- g. Pasar berjangka komoditi; atau
- h. Sarana perdagangan lainnya.”

Pemerintah dalam rangka mengembangkan usaha perdagangan melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional atau yang dalam UU Perdagangan ini disebut dengan pasar rakyat. Dalam Pasal 13 ayat (1) disebutkan bahwa “Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.”

Pasal 13 ayat (2) kemudian menyebutkan bentuk-bentuk pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat yaitu dengan cara:

- a. Pembangunan dan/atau revitalisasi pasar rakyat;
- b. Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional;
- c. Fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing; dan/atau
- d. Fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Latin yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan, kata lain etika adalah moral yang berasal dari bahasa Latin yaitu *mores*

yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa Arab disebut dengan *akhlak*, bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti. Baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.⁶⁸

Menurut K. Bartens, etika memiliki tiga pengertian.⁶⁹ Pertama, kata etika dapat dipakai dalam arti nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika berarti kumpulan asas atau nilai moral, yang dimaksud hal ini adalah kode etik. Ketiga, etika memiliki arti ilmu tentang apa yang baik atau buruk. Dapat dikatakan bahwa etika adalah seperangkat nilai tentang baik, benar, buruk, dan salah atau buruk yang berdasarkan prinsip moralitas, khususnya dalam perilaku dan tindakan sehingga etika menjadi salah satu faktor penting bagi terciptanya kondisi kehidupan manusia yang lebih baik.⁷⁰

Bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebagai usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu usaha perorangan misalnya industri rumah tangga, usaha perusahaan

⁶⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009, Hlm. 171.

⁶⁹ Idris, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, Hlm. 324-325.

⁷⁰ Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, Rasail, Semarang, 2007, Hlm. 63-64.

besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.⁷¹

Berdasarkan pengertian dari etika dan bisnis yang telah dikemukakan, dapat diartikan bahwa etika bisnis adalah seperangkat aturan mengenai bisnis yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur. Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁷² Etika ini dimaksudkan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis yakni menjalankan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan untuk memperoleh keuntungan.⁷³

Etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁷⁴ Etika bisnis seorang Muslim dibentuk oleh iman yang menjadi pandangan hidupnya, yang memberi norma-norma dasar untuk membangun dan membina segala aktivitas muamalahnya.⁷⁵ Dalam setiap aktivitas bisnis, aspek etika merupakan hal mendasar yang harus selalu

⁷¹ Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2001, Hlm. 18

⁷² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islami untuk Dunia Usaha*, Alfabeta, Bandung, 2007, Hlm. 35.

⁷³ Idris, *op.cit.*, Hlm. 326.

⁷⁴ Ali Hasan, *op.cit.*, Hlm. 171.

⁷⁵ Idris, *op.cit.*, Hlm 327.

diperhatikan, misalnya berbisnis dengan baik, didasari iman dan takwa, sikap baik budi, jujur dan amanah, kuat, kesesuaian upah, tidak menipu, tidak merampas, tidak mengabaikan sesuatu, tidak semena-mena (proporsional), ahli dan profesional, serta tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan hukum Allah atau syariat Islam.⁷⁶

Tujuan umum penerapan etika bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional.⁷⁷

Diantara beberapa tujuan penerapan etika bisnis adalah sebagai berikut:⁷⁸

- a. Kode etik ini menjadi simbol arahan agar pebisnis terhindar dari resiko kerugian dalam berbisnis.
- b. Kode etik ini dipersepsikan sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada berurusan dengan pihak pengadilan.
- c. Kode etik ini dapat dijadikan sebagai dasar hukum dalam menetapkan pertanggungjawaban bagi komunitas pebisnis dan masyarakat di hadapan Allah SWT.
- d. Jika terjadi persoalan antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat bekerja, Kode etik dapat membantu menyelesaikannya.
- e. Kode etik ini dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara pelaku bisnis.

⁷⁶ *Ibid*, Hlm. 327

⁷⁷ Nilam Sari, "Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islami", *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan, dan Pranata Sosial*, Vol VIII. No. 1, Januari-Juni 2018.

⁷⁸ *Ibid*.

2. Aksioma Dasar (Ketentuan Umum) Etika Bisnis Islam

Aksioma etika bisnis Islam merupakan turunan dari konsep-konsep fundamental nilai moral islami. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi *moral awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan kemaslahatan bisnisnya.⁷⁹

Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Unity* (Persatuan)

Persatuan terefleksikan dalam konsep tauhid. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁸⁰

Aksioma ini memberikan konsep bahwa Allah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia untuk memberikan manfaat tanpa ada yang merasa dirugikan dengan menaati ajaran Islam.⁸¹ Atas dasar pandangan konsep tersebut, maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.⁸² Berpijak prinsip ini seorang Muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan

⁷⁹ Departemen Pengembangan Bisnis, Perdagangan, dan Kewirausahaan Syariah, *Etika Bisnis Islam*, Gratama Publishing, Jakarta, 2011, Hlm. 4

⁸⁰ Faisal Badroen (dkk.), *op.cit.*, Hlm. 89.

⁸¹ Artha Ullly dan Abdullah Kelib, "Penerapan Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility Di Indonesia", *Jurnal Law Reform*, Universitas Diponegoro, 2012, Hlm. 157.

⁸² *Ibid.*

melakukan praktek bisnis yang dilarang oleh Allah, baik secara terpaksa atau tidak.⁸³

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan atau 'adl menggambarkan dimensi horisontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁸⁴ Keseimbangan berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil, keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi.⁸⁵ Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk membuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.⁸⁶ Keadilan adalah salah satu prinsip yang sangat ditekankan dalam Islam, tuntunan dan aturan Islam dibangun di atas dasar keadilan dan seluruh Muslim diperintahkan untuk berlaku adil.⁸⁷ Allah berfirman dalam QS. Ar-Rahman (55) ayat 7-9:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ ﴿٧﴾ أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ ﴿٨﴾

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya:

“Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampai batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.”

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ Faisal Badroen, *op.cit.*, Hlm. 91

⁸⁷ Artha Ully dan Abdullah Kelib, *op.cit.*, Hlm. 157.

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private* sektor dengan kegiatan monopolistik.

Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada.⁸⁸

Kehendak bebas atau kebebasan berkaitan dengan penentuan sikap seorang Muslim terhadap pilihan-pilihan, karena terdapat dua konsekuensi yang melekat, yaitu baik dan buruk.⁸⁹ Manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi.⁹⁰ Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi.⁹¹ Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih lagi pada kepentingan umat.⁹²

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

⁸⁸ Artha Uly dan Abdullah Kelib, *op.cit.*, Hlm. 158.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Ibid.*

⁹² *Ibid.*

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.⁹³ Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi oleh ketentuan hukum, norma-norma dan etika yang tertuang dalam Al Qur'an dan hadis.⁹⁴

Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya, sebagaimana firman Allah

SWT:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً

سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقْتَدِرًا

Artinya:

“Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. An-Nisa (4) ayat 85).

e. *Benevolence (Ihsan/Kebenaran/Kebajikan)*

Ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ *Ibid.*

kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.⁹⁵

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, terkandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran.⁹⁶ Menurut konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar dalam upaya untuk meraih keuntungan.⁹⁷ Berpegang pada prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak dalam melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis.⁹⁸ Bentuk kebajikan dalam bisnis adalah sikap kerelaan yang berkaitan erat dengan sikap jujur.⁹⁹ Kerelaan diartikan sebagai kesediaan para pihak dalam transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis yang dilakukan dengan jujur.¹⁰⁰ Kejujuran dilaksanakan dalam setiap proses bisnis yang dilakukan tanpa unsur penipuan, hal ini bertujuan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan antara pelaku bisnis maupun masyarakat.¹⁰¹

⁹⁵ Faisal Badroen, *op.cit.*, Hlm. 102.

⁹⁶ Artha Uly dan Abdullah Kelib, *op.cit.*, Hlm. 159.

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ *Ibid.* Hlm. 159-160.

⁹⁹ *Ibid.*

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ *Ibid.*