

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam pandangan tauhid, manusia sebagai pelaku ekonomi hanyalah sekedar *trustee* (pemegang amanah). Oleh sebab itu, manusia harus mengikuti ketentuan Allah dalam segala aktivitasnya, termasuk aktivitas ekonomi. Ketentuan Allah yang harus dipatuhi dalam hal ini tidak hanya bersifat mekanisme dalam alam dan kehidupan sosial, tetapi juga yang bersifat teologis dan moral.

Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran Islam, yaitu aspek akidah, hukum (*syari'ah*) dan akhlaq. Ketika seseorang memahami tentang ekonomi Islam secara keseluruhan, maka ia harus mengerti ekonomi Islam dalam ketiga aspek tersebut. Ekonomi Islam dalam dimensi akidahnya mencakup atas dua hal: 1. Pemahaman tentang ekonomi Islam yang bersifat ekonomi ilahiyah, 2. Pemahaman tentang ekonomi Islam yang bersifat Rabbaniyah.

Segala pembahasan yang berkaitan dengan ekonomi Islam sebagai ekonom *ilahiyah*, berpijak pada ajaran *tauhid uluhiyyah*, ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah, dikarenakan kapasitas Allah sebagai zat yang wajib disembah dan juga tidak menyekutukannya (al-An'am) (16):102 dan adz-Dzariyat (51):56.

ذَلِكُمُ اللَّهُ رَبُّكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ خَالِقُ كُلِّ شَيْءٍ فَاعْبُدُوهُ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ وَكِيلٌ (١,٢)

Artinya: *"Itulah Allah, tuhan kamu tidak ada tuhan selain dia pencipta segala sesuatu, maka sembahlah dia, dialah pemelihara segala sesuatu".*¹

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Artinya: *"Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepadaku"*²

Hal ini berimplikasi pada adanya niat yang tulus, bahwa segala pekerjaan yang dilakukan maupun yang dikerjakan oleh manusia bahwasannya adalah dalam rangka beribadah kepada Allah, sebagai satu bentuk penyembahan kepadanya. Termasuk ketika seseorang melakukan kegiatan ekonomi dalam kesehariannya. Dalam skala mikro dan makro, seseorang haruslah selalu teringat bahwa segala yang dilakukannya adalah ibadahnya kepada sang pencipta. Dengan kondisi seperti ini, alam bawah sadar seseorang akan selalu menolak setiap pekerjaan yang dianggap tidak baik dan berimplikasi pada adanya kerugian bagi orang lain.³

Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk. Perusahaan baik berskala nasional ataupun internasional membutuhkan seorang marketer handal untuk memasarkan produk atau jasa. Kesuksesan terhadap suatu produk yang diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness harga atau kualitas yang ditawarkan, akan tetapi ditentukan juga oleh para strategi pemasaran yang sangat berhati-hati yang dilakukan.

¹ Al-Qur'an Indonesia terjemahan kemenag RI

² *Ibid.*

³ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). 8

Pemasaran sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Wawasan tentang pemasaran menjadi penting bagi perusahaan pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh turunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk baik barang maupun jasa sehingga mengakibatkan melambatnya perusahaan untuk berkembang.

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani konsumennya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen. tanpa inovasi, produk suatu perusahaan dengan tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Disisi lain pihak konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika ternyata tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan tidak hanya akan kehilangan kepercayaan pelanggan tetapi juga berpotensi akan kehilangan pelanggan potensial. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian, dan pelanggan

yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada orang lain.⁴

Sebagai sebuah ajaran hidup yang lengkap, Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari diturunkannya syariat Islam adalah untuk mencapai *ʿālah* (kesejahteraan/keselamatan) baik didunia maupun diakhirat. Islam juga memandu manusia ke arah aksi dan partisipasi individual langsung dan bertanggung jawab dalam masalah ekonomi melalui cara solidaritas dan kerja sama yang akan menghasilkan dinamika dan pertumbuhan ekonomi.

Selain menetapkan etika, Islam mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis. Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan tuhan. Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktivitas apapun akan merasa ada kehadiran “pihak ketiga (Tuhan)” di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus mempunyai visi akhirat yang

⁴ Nurul Huda, Khamin Hudori, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Depok: Prenadamedia Group, 2017), 1.

jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.⁵

Pusat pembelanjaan salah satu bagian dari kehidupan bermasyarakat dimana menjadi sarana kegiatan perekonomian yang menunjang kehidupan masyarakat. Kegiatan perekonomian tersebut menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pusat pembelanjaan katakanlah juga dapat disebut pasar. Keberadaan pasar sendiri sangatlah penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan adanya pasar suatu kebutuhan dapat diperoleh dipasar, para pembeli berbelanja dipasar dengan membawa sejumlah uang untuk membayar suatu barang agar barang yang inginkan bisa dimiliki oleh pembeli atau konsumen.

Dalam kehidupan sehari-hari dapat kita jumpai yakni pasar tradisional dan pasar modern, dilihat dalam pengertiannya 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 dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar menawar.⁶

⁵ Fakhry Zamzam, Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 7-8

⁶Peraturan Menteri Dagang Pasal 1 angka 2 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern

Namun dengan berkembangnya zaman, pasar tradisional mulai tersaingi, dengan adanya pasar modern. Pasar modern adalah pasar dengan sistem swalayan, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, Department store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.⁷Dalam hal penyediaan fasilitaspun yang terjadi pada pasar modern lebih memperhatikan pada kepuasan para pembeli atau konsumen sehingga kelengkapan sarana dan pra sarana sangat diperhatikan dan dengan demikian para pembelipun akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi.

Pada hakikatnya kepemilikan atas harta kekayaan dalam perspektif teologi Islam adalah sejatinya milik Allah SWT. Namun melalui syariatnya, telah sepenuhnya diserahkan kepada umat manusia untuk dikelola, diproduksi dan didistribusikan secara adil dan merata.

Kegiatan ekonomi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia. Lembaga sebab tidak akan bisa sejahtera sebuah Negara jika keuangannya tidak dikelola dengan baik dan teratur. Kegiatan berekonomi dalam abtraksi perilakunya tentang produksi, konsumsi dan distribusi harus dapat dilakukan dengan benar dalam rangka memenuhi seluruh kebutuhan kehidupan orang banyak. Dengan demikian,

⁷Peraturan Menteri Dagang Pasal 1 angka 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern

tata kelola kebijakan moneter adalah hal yang harus diawasi secara terus menerus.⁸

Dengan adanya perbedaan yang mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern, dimana perbedaannya pada pasar tradisional terdapat adanya proses tawar-menawar dengan begitu adanya kedekatan emosional antara penjual dan pembeli. Sedangkan di pasar modern Label harga yang sudah terpampang jelas pada produk sehingga tidak adanya proses tawar-menawar yang didapatkan ketika berbelanja di pasar tradisional. Meski segala bentuk informasi tentang gaya hidup modern dapat diperoleh dengan mudah, namun tidak dengan halnya sebagian masyarakat masih tetap berbelanja pada pasar tradisional dan masih mampu bertahan dan bersaing di tengah gaya hidup modern.

Bangkalan merupakan salah satu Kabupaten di Madura yang letaknya ada di sebelah barat Madura yang berbatasan dengan laut Jawa di utara, kabupaten Sampang disebelah timur serta selat Madura dibagian selatan dan barat. Bangkalan terdiri dari 18 Kecamatan dan 273 desa, salah satu pintu gerbang ke Madura adalah Pelabuhan Kamal. Pelabuhan ini terletak di Bangkalan, pelabuhan Kamal menghubungkan Jawa dan Madura dengan menggunakan kapal feri, pengunjung bisa menyebrang ke Madura dan kota Surabaya. Namun sejak adanya jembatan suramadu dibangun, Bangkalan bisa di akses dengan kendaraan roda dua dan atau

⁸Hijrian A. Prihantoro, *Sakralitas & Pluralitas Filsafat Hukum Islam Konteks KeIndonesiaan* (), 244-245

empat.⁹Dengan harapan dapat meningkatkan aktifitas perekonomian di Madura termasuk Bangkalan.

Dalam sektor perekonomian di Bangkalan terdapat beberapa pasar tradisional maupun pasar modern salah satunya “Pasar KI Lemah Duwur Bangkalan” yang mana pasar tradisional ini terletak di Jl Halim Perdana Kusuma Mlajah Bangkalan, sedangkan pasar modern Supermarket Indomaret yang juga terletak di jalan yang sama bahkan berdekatan, sehingga banyak menimbulkan pendapat bahkan tidak jarang juga menimbulkan kritikan dari berbagai kalangan tidak terkecuali pedagang kecil yang mengakibatkan persaingan tidak sehat, ketimpangan sosial bahkan menurunnya pendapatan.

Keberadaan pasar modern tidak dilarang akan tetapi lokasinya harus diperhatikan sesuai undang-undang, Kepala dinas dan pelayanan terpadu satu pintu (DPMPTSP) Ainul Gufron mengatakan rata-rata minimarket yang melanggar peraturan daerah (PERDA) No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern dengan merinci 54 pasar modern yang tersebar di Bangkalan yakni 34 Indomaret dan 20 Alfamart yang termasuk usaha modern.¹⁰

Seharusnya pendirian Supermarket Indomaret tidak boleh didirikan dalam satu kawasan dengan pasar rakyat, namun yang terjadi di lapangan antara kedua pasar tersebut jaraknya kurang dari yang ditentukan oleh PERDA, hal ini melanggar peraturan daerah no 5 tahun 2016 tentang

⁹Maria Fransiska Merinda, *Telusur Jawa Timur* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 100.

¹⁰ <https://www.tagar.id/54-minimarket-di-Bangkalan-melanggar-aturan>. Diakses pada hari senin tanggal 11 Januari 2021 pukul 13.00 WIB.

perlindungan pasar rakyat dan penataan pasar modern dan juga bertolak belakang dengan prinsip masalah dalam muamalah sehingga secara tidak langsung menghambat perekonomian pasar rakyat untuk itu penerapan pasar modern memperhatikan terhadap pasar sebelumnya seperti yang telah diatur dalam peraturan daerah Kabupaten Bangkalan.

Dengan adanya peraturan tersebut, diharapkan dalam pendiriannya dapat mengacu pada peraturan yang ada khususnya pendirian Supermarket Indomaret yang berdekatan dengan Pasar Ki Lemah Duwur sehingga dalam pendiriannya tidak menyalahi aturan yang berlaku. Dengan adanya latar belakang inilah penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Masalah Mursalah Terhadap Implementasi Pasal 27 (ayat 3 point b) Peraturan Daerah Kabupaten Bangkalan Nomor 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan dan Supermarket Indomaret)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern ?
2. Bagaimana tinjauan Masalah Mursalah terhadap implementasi Pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaatnya

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern
2. Untuk mengetahui tinjauan masalah mursalah terhadap implementasi pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern

2. Manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai pembelajaran dalam metode penelitian sehingga dapat menunjang kemampuan mahasiswa dalam menganalisis tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern.
- 2) Menambah pengetahuan bagi peneliti mengenai tinjauan masalah mursalah terhadap implementasi pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern
- 3) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi peneliti berikutnya mengenai tinjauan masalah mursalah terhadap implementasi pasal 27 (ayat 3 point b) PERDA Kabupaten

Bangkalan No 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern.

- 4) Diharapkan bermanfaat bagi seluruh rakyat yang ada di Bangkalan terutama dalam ranah perdagangan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap pengembangan rumpun Keilmuan Fakultas keislaman dan Profil Lulusan Program Studi Hukum Bisnis Syariah.
- 2) Sebagai sumbangan pengetahuan bagi masyarakat terutama masyarakat perdagangan dalam ranah lingkup perlindungan pasar rakyat dan penataan pasar modern.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian yang telah penulis lakukan terhadap kepustakaan, maka penulis bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya seperti:

1. Skripsi Sylvia Mufarrochah tahun 2016 dengan judul “Implementasi Perlindungan Hukum Pasar Tradisional Tinjauan Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 3 Tahun 2012 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional serta Penataan dan Pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Tinjauan Maqashid Syariah”. Yang mana dalam penelitian ini membahas tentang implementasi perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak terkait, baik Dinas pasar, Dinas perindustrian dan perdagangan ataupun Badan

pelayanan dan perizinan terpadu terhadap pedagang tradisional yang sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Malang nomor 3 Tahun 2012 tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional, serta penataan dan pengendalian pusat perbelanjaan dan toko modern. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berada pada problematika penerapan hukum yang berlaku, pada skripsi sylvia mufarrochah tersebut menyinggung secara umum dalam artian dari segi pemberdayaan pasar tradisional hingga jumlah pembatasan pendirian pasar modern sedangkan yang dijadikan acuan penulis hanya menyinggung pendirian pasar modern yang sudah ditentukan oleh Peraturan Daerah.¹¹

2. Skripsi Lutfi Syawie tahun 2018 dengan judul “Penyatuan Pasar Tradisional dan Pasar Modern menurut Masalah Mursalah (Studi kasus Dinas Perdagangan dan Pasar Besar kota Malang)”. Yang mana dalam penelitian ini membahas alasan dari Pemerintah kota Malang dalam pendiriannya menyatukan pasar tradisional dan pasar modern pada pasar besar kota Malang tersebut dan juga apa dampak bagi para pedagang maupun pembeli. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berada pada objek yang akan diteliti. Pada skripsi Lutfi Syawie tersebut bahwasanya antara penjual pasar tradisional dan pasar modern dalam pendiriannya disatukan dan

¹¹Sylvia Mufarrochah, *Implementasi Perlindungan Hukum Pasar Tradisional Tinjauan Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 3 Tahun 2012 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional serta Peraturan dan Pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Tinjauan Maqashid Syariah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016.

apakah mengandung kemaslahatan sedangkan yang dijadikan objek yang diteliti penulis yakni tentang pendirian antara pasar tradisional dan pasar modern dibedakan namun berdekatan.¹²

3. Skripsi Ahmad Reza Safitri tahun 2010 dengan judul “Dampak Retail Modern terhadap Kesejahteraan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat, Tangerang Selatan”. Yang mana dalam penelitian ini membahas tentang dampak-dampak menjamurnya dan timbulnya retail modern atau pasar modern pada pedagang pasar tradisional Ciputat, Tangerang Selatan. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada tinjauan yang akan diambil, pada skripsi Ahmad Reza Safitri tersebut tinjauan yang diambil adalah tentang hukum positif yang berlaku sedangkan yang dijadikan tinjauan oleh penulis adalah hukum positif maupun hukum Islam (Maslahah Mursalah).¹³

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pertama ini berisi pendahuluan sebagai pengantar skripsi ini secara keseluruhan. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dan

¹²Lutfi Syawie. *Penyatuan Pasar Tradisional dan Pasar Modern menurut Maslahah Mursalah* (Studi Kasus Dinas Perdagangan dan Pasar Besar Kota Malang). Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018.

¹³Ahmad Reza Safitri. *Dampak Retail Modern terhadap Kesejahteraan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat, Tangerang Selatan*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Bab kedua ini berisi penjelasan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang bertujuan sebagai landasan pembahasan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan tinjauan masalah mursalah pasal 27 (ayat 3 point B) perda Kabupaten Bangkalan No. 5 Tahun 2016 tentang Perlindungan Pasar Rakyat dan Penataan Pasar Modern.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, bahan dalam sebuah penyusunan skripsi yang meliputi jenis penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisa data.

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis menguraikan praktik pelaksanaan pendirian pasar modern di Bangkalan serta analisa tanggapan maupun pandangan dari pihak terkait.

BAB V Penutup

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai kesimpulan dan saran terkait hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.