

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu dan masyarakat secara keseluruhan selalu menghadapi permasalahan ekonomi dalam hidupnya. Yaitu permasalahan individu ataupun kelompok dalam membuat keputusan tentang cara terbaik dalam menyelesaikan permasalahan hidup yang bersangkutan dengan masalah ekonomi maupun permasalahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena untuk mencapai kemakmuran serta kesejahteraan pelaku ekonomi harus pula melakukan kegiatan ekonomi dalam mencapai tujuan tersebut.

Dalam kegiatan ekonomi meliputi kegiatan individu maupun kegiatan perusahaan, dalam melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi bertujuan untuk mencari kepuasan dalam hidup, melangsungkan hidup dan memperoleh keselamatan dunia serta akhirat.¹ Dari berbagai macam kegiatan ekonomi terdapat salah satu kegiatan yang begitu penting yakni transaksi jual beli. Hal ini begitu penting karena melalui transaksi jual beli di dapatkan output suatu objek baik berupa barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan. Transaksi jual beli, yang terjadi disekitar kita adalah bentuk kegiatan ekonomi yang dipraktekkan oleh masyarakat dalam menghadapi masalah ekonominya.

Transaksi jual beli dapat di praktekkan atau juga tidak lepas dari akan adanya pasar, baik itu dari bentuk pasar monopoli, pasar oligopoly, dan pasar

¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers., 2009), 5.

persaingan sempurna. Karna melalui adanya pasar dapat menjadi wadah sebagai tempat bertemunya antara konsumen dan produsen. Dimana ada hubungan timbal balik dalam pemenuhan serta penyelesaian masalah ekonomi antara konsumen dan produsen melalui proses tawar menawar sehingga terbentuknya suatu transaksi jual beli. Jual beli yang di anjurkan dalam Islam, diterangkan dalam surat al-Baqaroh dimana artinya Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Transaksi jual beli yang dimaksudkan yaitu suatu jual beli yang didalam kegiatannya tidak mengandung riba dan *maisir*, dimana menurut Islam harus terdapat suatu kerelaan hati bagi pembeli dan penjual dalam bertransaksi dan barang atau produk yang ditawarkan atau diperjual belikan, serta merupakan suatu barang yang jelas keberadaannya maupun tidak tergolong barang yang najis. Ketiga hal syarat inilah yang dimana apabila salah satunya tidak terkandung, maka transaksi jual beli tersebut dapat dikatakan transaksi jual beli yang bersifat haram.

Konsumen merupakan semua individu atau setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk dikonsumsi pribadi, baik bagi diri sendiri, keluarga, maupun orang lain. Konsumen selaku pembeli sangat dimanjakan dengan banyaknya pilihan barang dan jasa yang dijual dipasaran. Penjual yang bersaing untuk memberikan kepuasan terhadap pembeli, dengan cara memberikan pilihan barang dan jasa yang beragam serta harga yang murah. Beragam cara yang dilakukan penjual adalah untuk mendapatkan

pasokan barang dengan harga yang sangat murah sehingga dapat menjual kembali dengan harga yang ada di pasaran.²

Kebutuhan konsumen akan barang tentunya berbeda-beda antara konsumen satu dengan yang lainnya. Minat beli adalah salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.³

Minat beli konsumen merupakan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk. Produk yang sudah melekat dalam hati pelanggan akan menyebabkan konsumen membeli produk tersebut.⁴

Hal-hal yang menentukan para konsumen dalam memilih atau mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang di jual oleh produsen diantaranya seperti faktor internal salah satunya kepercayaan diri yang berhubungan dengan kualitas dan mutu barang ataupun jasa maupun faktor eksternal salah satunya perbandingan harga dengan barang sejenis yang diperjual belikan oleh produsen lain. Sehingga dari berbagai faktor tersebutlah yang menentukan pemilihan minat konsumen.

² Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen jika dirugikan*, (Jakarta selatan: Transmedia Pustaka, 2008), 20.

³ Eko Purnomo, *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal” Skripsi*, Universitas Pasir Pengaraian, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, 2016.

⁴ Nur Hayati dan Wahyu Murti, *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handpone”*, *Jurnal Unimus*, vol.8, No.2, Maret 2012-Agustus 2012, 53.

Namun ada dilingkungan masyarakat beredarnya barang atau produk yang banyak diminati oleh masyarakat karena harga yang jauh lebih murah dari barang yang dijual pasar pada umumnya. Pasar Maling adalah sebuah pasar yang dikenal dengan produk yang sama dalam kualitas ataupun jenis namun dengan harga yang jauh lebih rendah, tentunya banyak diminati oleh masyarakat. Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana produsen di Pasar Maling mendapatkan keuntungan dengan penjualan produk yang sama dengan harga yang jauh lebih murah dari pasar-pasar lain, dan jika dipandang dalam ekonomi Islam bagaimanakah transaksi yang terjadi apakah tergolong boleh atau tidak.

Cakupan istilah pasar maling ini sangatlah luas, selama perdagangan tersebut melanggar hukum Islam dan dilakukan di jalur resmi. Misalnya, barang dan jasa yang di perdagangkan merupakan hasil pencurian, penyelundupan atau tidak di lengkapi perizinan untuk dapat di perdagangkan di pasaran.

Selain penjual, faktor yang mendukung terjadinya pasar maling adalah pembeli atau konsumen, yang masih banyak membeli barang dan jasa tanpa memerhatikan status hukum dari barang dan jasa yang telah ia beli. Karena pembeli atau konsumen hanya mempertimbangkan harga yang murah tanpa mengetahui bagaimana kualitas dan kuantitas dari produk yang mereka beli. Hal inilah yang menimbulkan adanya fenomena sosial pasar maling.

Dijalan wonokromo pada malam hari berubah menjadi pasar malam, dimana pasar tersebut tidak ada *stand*, toko, ataupun gerobak untuk tempat

berjualan mereka, melainkan para pedagang tersebut menjual dagangannya hanya menggunakan lapak. Masyarakat Surabaya menyebutnya pasar jongkok wonokromo atau yang lebih dikenal dengan sebutan pasar maling . Wonokromo masuk dalam kawasan merah, mulai dari judi hingga prostitusi.

Pasar jongkok atau pasar maling, adalah pasar yang terletak di tengah kota Surabaya, Dimana pasar ini berada di dekat stasiun kereta api wonokromo. Pasar ini beroperasi pada malam hari yang biasanya ramai pengunjung pada malam hari dari pukul 19.00 WIB sampai pukul 03.00 WIB dini hari.

Sudah sangat lama pasar maling ini beroperasi, dan semakin lama semakin terkenal dan banyak pengunjung tiap malam. Sehingga pasar ini menjadi salah satu tempat untuk memenuhi sebagian kebutuhan masyarakat disekitar. Pasar ini menjual barang-barang bekas dengan harga yang terjangkau. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1

No	Barang yang dijual	Jumlah Pedagang	Persen (%)
1	Handphone	90 Pedagang	75%
2	Baju	12 Pedagang	10%
3	Sepatu	10 Pedagang	8%
4	Aksesoris	8 Pedagang	7%
TOTAL		120 Pedagang	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pedagang di pasar maling tersebut yaitu, 120 pedagang, dimana penjual *handphone* di pasar tersebut berjumlah 90 pedagang, penjual baju 12 pedagang, penjual sepatu 10 pedagang, dan yang berjualan aksesoris 8 pedagang.⁵

Di pasar Maling ini harga barang yang di jual itu lebih murah dan bisa ditawarkan bahkan banyak makelar-makelar berkeliaran di pasar ini. Pasar ini ramai pengunjung ketika sabtu malam. Harga barang yang di pasarkan lebih murah dari pasar umunya menjadi penyebab banyaknya konsumen yang bertransaksi disana selain itu pasar Maling tetap berjalan dan tidak ada larangan ataupun campur tangan dari pemerintah.

Dilihat dari latar belakang diatas peneliti ingin meneliti lebih dalam letak permasalahan yang tentunya dengan menggunakan kacamata ekonomi Islam dengan judul “ **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Bertransaksi Di Pasar Maling Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Maling Jl. Wonokromo Surabaya)**”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen bertransaksi di Pasar Maling?
2. Bagaimana analisis Perspektif Ekonomi Islam dalam bertransaksi di Pasar Maling?

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Adapun tujuan dari penelitian yang akan di capai adalah sebagai berikut:

⁵ Abdi Mash Hadi, “*Manajemen Pasar Jongkok*”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Suarabaya, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Program Studi Manajemen Dakwah, 2014.

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen bertransaksi di pasar maling.
2. Untuk mengetahui analisis perspektif ekonomi islam dalam bertransaksi di pasar maling.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk penulis penelitian ini diharapkan menjadi wadah dan menjadi tolak ukur sejauh mana kemampuan penulis yang akan dijadikan tugas akhir kuliah.
2. Untuk dunia akademisi dapat menambah wawasan dan informasi yang berhubungan dengan jual beli khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen bertransaksi di pasar maling.
3. Untuk masyarakat dapat mengetahui lebih jelas dalam menghadapi permasalahan dalam bertransaksi di pasar maling agar lebih jeli dan berhati-hati dalam membeli dan mengkonsumsi barang.

D. KAJIAN PUSTAKA

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan judul yang dimiliki peneliti. Penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh beberapa orang adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berupa skripsi yang berjudul, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Jasa Service Hanphone Pada BE-EN Ponsel Pekanbaru”, oleh Bambang Sugito dari jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN). Penelitian ini meneliti terkait faktor-

faktor apa yang mempengaruhi minat beli terhadap jasa service elektronik handphone pada BE-En Ponsel Pekanbaru.

2. Penelitian skripsi yang berjudul, “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Konsumen Mengunjungi Swalayan Indomart Rembang Tahun 2007/2008”, oleh Siti Nur Halimah dari jurusan pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini menitik beratkan pada apakah lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen mengunjungi swalayan indomart rembang serta apakah harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk mengunjungi swalayan indomart rembang.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan skripsi ini penulis membagi dalam tiga bagian yaitu bagian muka yang berisi halaman sampul, halaman judul, halaman Nota pembimbing, Halaman pengesahan dan halaman motto. Halaman kata pengantar dan daftar isi, selanjutnya diikuti oleh bab pertama, kedua, ketiga, ke empat dan kelima, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN: Berisi tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah yang menerangkan pentingnya penelitian ini, kemudian rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI : Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, tujuannya sebagai landasan untuk

pembahasan dan pemecahan masalah. Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang, konsumen, minat konsumen, dan perilaku konsumen, jual beli yang boleh dan tidak boleh, pasar maling.

BAB III METODE PENELITIAN: Dalam bab ini menjelaskan metode yang di gunakan dalam penelitian ini seperti jenis penelitian, tempat penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, tehnik pengolahan data dan tehnik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN: Dalam bab ini penulis akan membahas tentang gambaran umum tempat penelitian, karakteristik obyek penelitian, analisis dan hasil penelitian untuk menjawab permasalahan dalam BAB pendahuluan.

BAB V PENUTUP: Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang merupakan hasil analisa serta penilaian dari hasil penelitian dan saran-saran untuk kemajuan bagi obyek yang di teliti dan untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA: Merupakan rujukan berupa buku, skripsi, jurnal, dan yang lainnya yang di gunakan dalam penulisan skripsi ini.