

JURNAL INTEGRITAS SERASAN SEKUNDANG (<i>JOURNAL INTEGRITATION SERASAN SEKUNDANG</i>)	
p-ISSN e-ISSN	Vol. 05, No. 01, 2023
ABSTRAK	
PEMENUHAN KEBUTUHAN BERMUAMALAH MENURUT KAIDAH FIQIH MUAMALAH PERSPEKTIF PELAKU PASAR TRADISIONAL DI PASAR INPRES KABUPATEN MUARA ENIM	
<p>Kebutuhan bermuamalah menjadi kegiatan yang dibutuhkan manusia sebagai makhluk sosial dan individu. Pedoman meminimalisir resiko akibat bermuamalah, menggunakan kaidah utama fiqih. Penelitian ini untuk menggali dan mengeksplorasi lebih dalam tentang pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui interaksi para pelaku pasar/stakeholders di Pasar Inpres Muara Enim dalam perspektif fiqih muamalah. Partisipan yang terlibat sebanyak 10 orang menggunakan kriteria simple purposive sampling dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif eksploratif/yuridis empiris. Sumber data menggunakan data primer melalui hasil observasi, angket dan wawancara. Data sekunder juga dilakukan untuk memperkuat analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dianalisis dengan pendekatan content analysis. Hasil penelitian mendapatkan 23 tema yang dikelompokkan menjadi 7 kategori kaidah utama muamalah, yaitu: agama, halal haram, ikhtiar dan doa, semangat mencari rejeki, perkataan adalah janji, saling jaga kepercayaan, tidak berbohong, halal dan toiyib, takut dosa, tidak berkah, barang dicampur kualitas baik dan jelek, saling menguntungkan, tidak rugi, barang laku dan habis, boleh tawar menawar, saling tolong menolong, sesama manusia saling bantu, mendapat balasan/ pahala, biar capek tapi berkah, untuk kebutuhan keluarga, perjuangan hidup, harga teman, dan minta diskon karena beli banyak. Hasil penelitian juga menunjukkan tingkat literasi dan pemahaman pelaku pasar terhadap prinsip bermuamalah masih terbatas. Hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan bermuamalah didapatkan 7 dimensi utama meliputi: penambahan fasilitas, waktu yang terbatas di malam hari, kecapean/letih karena tidur tidak teratur dll.. Untuk mengatasi hambatan tersebut, partisipan mengungkapkan langkah pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui 5 dimensi utama yaitu: perlu dibuat SOP bertransaksi yang benar, sosialisasi peraturan dan kebijakan, tim pengawasan yang ketat dan reguler dalam bermuamalah.</p> <p>Kata Kunci: Pasar Tradisional, fiqih, pelaku pasar, kebutuhan bermuamalah.</p>	

ABSTRACT

Muamalah is an activity that humans need as social creatures and individual creatures. Guidelines for minimizing risks due to bermuamalah, using the main rules of fiqh. This research is to explore and explore more deeply about the fulfillment of muamalah needs through the interaction of market players / stakeholders in the Inpres Muara Enim Main Market in the perspective of fiqh muamalah. The participants involved were 10 people using simple purposive sampling criteria with a descriptive qualitative exploratory / juridical empirical research approach. The data source used primary data through observation, questionnaires and interviews. Secondary data was also collected to strengthen the analysis. Data collection was done through in-depth interviews and analyzed with a content analysis approach. The results of the study obtained 23 themes grouped into 7 categories of the main rules of muamalah, namely: religion, halal haram, effort and prayer, the spirit of seeking fortune, maintaining mutual trust, not lying, halal and toyib, fear of sin, no blessing, mixed goods of good and bad quality, mutual benefit, no loss, goods sell and run out, may bargain, help each other, fellow humans help each other, get rewards, let tired but blessed, for family needs, life struggles, friends' prices, and ask for discounts because they buy a lot. The results also show that the level of literacy and understanding of market players on the principles of muamalah is still limited. Barriers in fulfilling the needs of bermuamalah obtained 7 main dimensions include: additional facilities, limited time at night, tired / tired because of irregular sleep, etc. To overcome these obstacles, participants revealed steps to fulfill their needs through 5 main dimensions, namely: SOPs for correct transactions, socialization of regulations and policies, strict and regular monitoring teams in transactions.

Keywords : Traditional Market, fiqh, market participants, needs of muamalah

PEMENUHAN KEBUTUHAN BERMUAMALAH MENURUT KAJIDAH FIKIH MUAMALAH PERSPEKTIF PELAKU PASAR TRADISIONAL DI PASAR INPRES KABUPATEN MUARA ENIM

¹Peny Cahaya Azwari, ²Fitria Fitri

Korespondensi: *penycahayaazwari_uin@radenfatah.ac.id
fitriafutri11@gmail.com

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Abstract:

Muamalah is an activity that humans need as social creatures and individual creatures. Guidelines for minimizing risks due to bermuamalah, using the main rules of fiqh. This research is to explore and explore more deeply about the fulfillment of muamalah needs through the interaction of market players / stakeholders in the Inpres Muara Enim Main Market in the perspective of fiqh muamalah. The participants involved were 10 people using simple purposive sampling criteria with a descriptive qualitative exploratory / juridical empirical research approach. The data source used primary data through observation, questionnaires and interviews. Secondary data was also collected to strengthen the analysis. Data collection was done through in-depth interviews and analyzed with a content analysis approach. The results of the study obtained 23 themes grouped into 7 categories of the main rules of muamalah, namely: religion, halal haram, effort and prayer, the spirit of seeking fortune, maintaining mutual trust, not lying, halal and toyib, fear of sin, no blessing, mixed goods of good and bad quality, mutual benefit, no loss, goods sell and run out, may bargain, help each other, fellow humans help each other, get rewards, let tired but blessed, for family needs, life struggles, friends' prices, and ask for discounts because they buy a lot. The results also show that the level of literacy and understanding of market players on the principles of muamalah is still limited. Barriers in fulfilling the needs of bermuamalah obtained 7 main dimensions include: additional facilities, limited time at night, tired / tired because of irregular sleep, etc. To overcome these obstacles, participants revealed steps to fulfill their needs through 5 main dimensions, namely: SOPs for correct transactions, socialization of regulations and policies, strict and regular monitoring teams in transactions.

Keywords : Traditional Market, fiqh, market participants, needs of muamalah

Abstrak

Kebutuhan bermuamalah menjadi kegiatan yang dibutuhkan manusia sebagai makhluk sosial dan individu. Pedoman meminimalisir resiko akibat bermuamalah, menggunakan kaidah utama fiqh. Penelitian ini untuk menggali dan mengeksplorasi lebih dalam tentang pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui interaksi para pelaku pasar/*stakeholders* di Pasar Inpres Muara Enim dalam perspektif fiqh muamalah. Partisipan yang terlibat sebanyak 10 orang menggunakan kriteria *simple purposive sampling* dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif eksploratif/yuridis empiris. Sumber data menggunakan data primer melalui hasil observasi, angket dan wawancara. Data sekunder juga dilakukan untuk memperkuat analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dianalisis dengan pendekatan *content analysis*. Hasil penelitian mendapatkan 23 tema yang dikelompokkan menjadi 7 kategori kaidah utama muamalah, yaitu: agama, halal haram, ikhtiar dan doa, semangat mencari rejeki, perkataan adalah janji, saling jaga kepercayaan, tidak berbohong, halal dan toyib, takut dosa, tidak berkah, barang dicampur kualitas baik dan jelek, saling menguntungkan, tidak rugi, barang laku dan habis, boleh tawar menawar, saling tolong menolong, sesama manusia saling bantu, mendapat balasan/ pahala, biar capek tapi berkah, untuk kebutuhan keluarga, perjuangan hidup, harga teman, dan minta diskon karena beli banyak. Hasil penelitian juga menunjukkan tingkat literasi dan pemahaman pelaku pasar terhadap prinsip bermuamalah masih terbatas. Hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan bermuamalah didapatkan 7 dimensi utama meliputi: penambahan fasilitas, waktu yang terbatas di malam hari, kecapean/letih karena tidur tidak teratur dll.. Untuk mengatasi hambatan tersebut, partisipan mengungkapkan langkah pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui 5 dimensi utama yaitu: perlu dibuat SOP bertransaksi yang benar, sosialisasi peraturan dan kebijakan, tim pengawasan yang ketat dan reguler dalam bermuamalah.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, fikih, pelaku pasar, kebutuhan bermuamalah.

menguntungkan banyak orang, penawaran itu. mereka membutuhkan sesuatu.

Sumber lain dari Dari Rafi' bin Khadij dia berkata,

قال رسول الله ﷺ «عَمَلٌ لَّهِ
وَكُلُّهُمُّ بِأُور»

“Ada yang bertanya pada Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam: “Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).” (HR. Ahmad, Ath Thobroni, dan Al Hakim. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini *shahih*)

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan atas prinsip persetujuan kedua belah pihak (*ridho/lapang dada*). Masing-masing harus memiliki informasi yang simetris agar tidak yang merasa tertipu karena perbedaan informasi satu pihak (Arie Syantoso et al., 2018). Pedagang harus secara terbuka menginformasikan kepada pembeli tentang keadaan barang pada saat transaksi jual beli, tanpa menyembunyikannya.

Jujur dan Amanah dalam bertransaksi Muamalah adalah sikap dalam jual beli yaitu mengambil hak seseorang tidak lebih dari yang diasumsikan dan tidak mengurangi hak orang lain dengan apa yang seharusnya. Hal tersebut sebagaimana hadis At-Turmudzi, “Pedagang yang jujur dan amanah bersama para Nabi, Shiddiqin dan Syuhada” (Habibullah, 2018). Dalam bertransaksi harus diperhatikan prinsip bahwa tidak ada kesewenang-wenangan antara para pihak, masing-masing harus siap dan adil sesuai dengan takarannya. Dalam Firman Tuhan: “*Celakalah untuk orang yang tidak jujur, yakni orang yang jika menerima takaran dari yang lain, mereka meminta dicukupi, dan jika mereka membuat takaran atau penimbangan sesuai bagi yang lain, mereka mengurangi*” (QS 83:112). Sisi ini transaksi yang terjadi akan merkatkan ukhuwah pihak-pihak yang terlibat. Kecurangan, ketidakjujuran, menutupi cacat barang, mengurangi timbangan tidak dibenarkan (Munib, 2018)

Setiap pedagang harus memiliki sifat jujur dan adil karena menjamin keberkahan dan keuntungan baik penjual maupun pembeli. Kejujuran memiliki dimensi yang sangat luas, seperti tidak mengurangi timbangan, tidak menyembunyikan cacat barang yang dijual, tidak berbohong tentang kualitas barang yang dijual, berbohong, dll. (Eriyanti UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019; Hartanti, 2020). Dalam jual beli muamalah, pedagang muslim tidak mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya dari pembeli atau saudaranya, dan pembeli tidak melakukan penawaran atas barang yang akan dibelinya sampai batas kewajaran keuntungan yang diperoleh pedagang itu hilang. (Suretno, 2018).

Jumlah aset pasar di Indonesia sangat besar. Data menunjukkan bahwa Provinsi Sumatera Selatan memiliki aset jumlah pasar yang masuk kategori terbesar di Pulau Sumatera. Beberapa penelitian juga menemukan bahwa pasar menyumbang limbah dan sampah terbesar sehingga menimbulkan berbagai penyakit (Putri et al, 2013; Putri, 2018).

Tahun 2019, data BPS menunjukkan terdapat 833 pasar tradisional di Sumatera Selatan dan 8 pasar permanen yang beroperasi setiap hari diantaranya terdapat di kabupaten Muara Enim dengan kepemilikan/pengelolaan :

Tabel. 1 Distribusi dan Kepemilikan Pasar di Kabupaten Muara Enim
Sumber BPS 2022

Kepemilikan	Jumlah	Waktu Beroperasi
Swasta	-	Sebanyak 8 pasar yang beroperasi setiap harinya dan sebanyak 89 pasar yang hanya beroperasi satu minggu sekali
Pemerintah Pusat	1	
Pemerintah Daerah	96	
Jumlah	97	

2. IDENTIFIKASI/RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini didesain secara umum untuk menggali dan mengeksplorasi lebih dalam tentang pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui interaksi para pelaku pasar/ *stakeholders* di Pasar Inpres Muara Enim dalam perspektif fiqh muamalah dan secara khusus untuk mengetahui:

1. Bagaimana pemenuhan kebutuhan bermuamalah menurut kaidah fiqh muamalah perspektif pelaku pasar?
2. Bagaimanakah hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui 7 dimensi utama kaidah fiqh muamalah
3. Bagaimana upaya mengatasi hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui 7 dimensi utama kaidah fiqh muamalah

3. TINJAUAN PUSTAKA

Dimensi yang digunakan untuk 7 Kaidah utama fiqh muamalah didasarkan referensi dari Qardhawi (2018), dan DSN MUI (2022), yaitu:

1. Hukum dasar muamalat adalah mubah (boleh)

Jika ada kecurigaan suatu transaksi harus dicari, ada alasan larangannya, jika tidak dilarang, maka transaksi tersebut diperbolehkan.

2. Patokan yang jadi pegangan adalah maksud dan substansi, bukan redaksional maupun penamaannya.

Dalam akuntansi, istilah ini dikenal sebagai substansi daripada bentuk. Misalnya, seseorang mengatakan "Saya akan meminjamkan mobil ini kepada Anda dengan biaya operasional Rp 500.000 ke Bandung", dalam hal ini adalah sewa, bukan pinjaman

3. Diharamkan memakan harta orang lain secara tidak benar

Misalnya, menerima zakat atau sedekah dari seseorang yang benar-benar mampu bekerja adalah haram, sekalipun ia sengaja berhenti bekerja sampai miskin untuk mengandalkan mengemis. Secara umum diartikan sebagai menguasai harta orang lain tanpa imbalan berupa

pekerjaan, pemberian atau warisan, melainkan dengan cara-cara yang tidak adil seperti pencurian, penipuan, riba, penyuapan, penimbunan, jual beli barang-barang non komersial, sewa. hal-hal yang tidak dapat disewa. Oleh karena itu, jual beli barang kadaluarsa, makanan yang terkontaminasi atau berbahaya juga sangat dilarang

4. Tidak boleh merugikan diri sendiri maupun orang lain

Perbuatan merugikan yang dilarang itu bukan hanya perbuatan terhadap sesama mukmin, tetapi juga tidak wajib bagi non muslim (selama non muslim hidup damai, tidak berperang, tidak mengusir, tidak membantu musuh). Misalnya, jika seseorang mewarisi sesuatu dan lebih memilih satu pewaris daripada yang lain

5. Memperingan dan Mempermudah bukan Memperberat dan Mempersulit

Karenanya sebab rukhshah (pengecualian yang diperbolehkan) diterima, undang-undang luar biasa dipatuhi, tidak mudah untuk memaksa atau melarang, ada banyak ruang untuk perbedaan pendapat dan banyak posisi pada masalah kontroversial (masih perlu mengandalkan hukum yang sah). dasar), preferensi untuk pendapat, yang lebih mudah daripada lebih berhati-hati ketika dua pendapat, argumennya sama kuatnya (itu adalah pendapat pribadi penulis, meskipun beberapa peneliti lebih memilih untuk lebih berhati-hati)

6. Memperhatikan Keterpaksaan dan Kebutuhan

Keadaan terpaksa (darurat) memperbolehkan hal-hal yang diharamkan, sedangkan kebutuhan pemahaman masing-masing orang tidak dapat membenarkan apa yang diharamkan. Hukum darurat berdasarkan situasi khusus hanya bersifat sementara.

7. Memperhatikan Tradisi dan Kebiasaan Masyarakat yang Tidak Menyalahi Syariat

Contohnya adalah Al-Urf, yang sah karena pembeli cukup membayar harga yang tertera pada label harga produk tanpa persetujuan, karena ini termasuk al-

mu'athat (menyerahkan tanpa ucapan kata).

4. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian lapangan/ yuridis empiris dengan pendekatan sosiologis, filosofis, dan psikologis melalui data primer dan sekunder yang didapat melalui teknik wawancara dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif analitis. Yuridis empiris yaitu pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu lalu dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer di lapangan (Soekanto, 2007: 7).

Penelitian ini menggunakan 10 orang partisipan sebagai responden dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga memungkinkan pengambilan sampel (Elfil & Negida 2017; Etikan et al. 2016; Martínez-Mesa et al. 2016). Pertimbangan tertentu ditetapkan berdasarkan kriteria inklusi. Partisipan penelitian ini adalah para pelaku pasar dan masuk kategori Stakeholder dengan kriteria inklusi: Pelaku pasar yang berkegiatan muamalah minimal selama 1 tahun, dan rentang usia diatas 25 tahun.

Teknik pengumpulan data melalui Studi Pustaka (Library Research) dan penelitian lapangan (Field Research). Sumber data primer untuk penelitian diperoleh langsung dari lapangan melalui hasil observasi, survei dan wawancara. Penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder dari literatur dan berbagai buku.

Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan sebagai metode analisis, yaitu. ketika semua data dikumpulkan, itu dijelaskan dalam presentasi dan penjelasan. Jenis penelitian ini melalui penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara terbuka serta dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis normative dengan pendekatan kualitatif. Pasar Inpres Muara Enim terpilih sebagai sampel dari 8 pasar yang bersifat

permanen serta beroperasi setiap harinya di kabupaten Muara Enim karena:

1. Pasar retail tradisional terbesar dan telah beroperasi paling lama di muara enim;
2. Tempat favorit penjual dan pembeli melakukan transaksi jual-beli yang ada di kabupaten Muara Enim;
3. Satu satunya pasar dan menyediakan berbagai jenis barang dagangan dengan harga lebih murah dari pasar lain di kabupaten Muara Enim;
4. Tempat strategis dengan akses jalan raya,



Gambar 1 Suasana Pasar di Muara Enim

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Partisipan

Tabel 2 Karakteristik Partisipan Pelaku Pasar

N o	Jabatan	Organisasi	Jumlah
1	Pengelola Pasar	PD Pasar Inpres Muara Enim	1
2	Pedagang	Pemilik/General	5
3.	Konsumen	Masyarakat/General	4
	Total		10

- 1) Partisipan 1
Partisipan ke-1 adalah Tn. Azan Basri berusia 66 thn, menikah, berpendidikan SMA, telah bekerja sebagai pengelola pasar / PD pasar selama 15 tahun, dari Suku Jawa.
- 2) Partisipan 2
Partisipan ke-2 adalah Tn. Andre, berusia 40 thn, menikah, berpendidikan SMA, telah bekerja sebagai pedagang sayuran selama 5 tahun, dari suku Jawa

- 3) Partisipan 3
Partisipan ke-3 adalah Tn. Yudha, berusia 30 thn, belum menikah, berpendidikan SMA, telah berdagang ikan selama 3 tahun, dari Suku batak.
 - 4) Partisipan 4
Partisipan ke-4 adalah Tn. Gilik, berusia 41 thn, telah menikah, berpendidikan akhir SMA, telah bekerja sebagai pedagang buah dan sayuran selama 10 tahun, dari Suku Jawa.
 - 5) Partisipan 5
Partisipan ke-5 adalah Tn. Saipul, berusia 52 thn, telah menikah, berpendidikan akhir SMP, telah menjadi pedagang serbet dan celemek untuk masak selama 3 tahun, dari Suku Sunda.
 - 6) Partisipan 6
Partisipan ke-6 adalah Ny. Eka, berusia 35 thn, telah menikah, berpendidikan akhir SMA, telah menjadi pedagang sembako dan kebutuhan rumah tangga lainnya selama 4 tahun, Suku Melayu.
 - 7) Partisipan 7
Partisipan ke-7 adalah Ny. Murdania, berusia 50 thn, telah menikah, berpendidikan S1, telah menjadi pembeli / customer selama 1 tahun, Suku Jawa.
 - 8) Partisipan 8
Partisipan ke-8 adalah Ny. Rahmadani, berusia 39 thn, telah menikah, berpendidikan akhir SMA, telah menjadi pembeli/pelanggan setia selama 2 tahun terakhir, Suku Melayu.
 - 9) Partisipan 9
Partisipan ke-9 adalah Ny. Dewi, berusia 25 thn, belum menikah, masih berkuliah, telah menjadi pembeli/customer selama 1 tahun terakhir, Suku Jawa.
 - 10) Partisipan 10
Partisipan ke-10 adalah Tn. Ferry, berusia 48 thn, telah menikah, berpendidikan akhir SMA, telah menjadi pembeli/customer selama 2 tahun, Suku Melayu.
- Selama wawancara berlangsung, semua partisipan atau responden sangat terbuka dan senang dalam menjawab semua pertanyaan yang diberikan. Pasar INPRES mulai beroperasi pada pukul 03.00 WIB jam tersebut sudah banyak para pedagang sudah

datang dan membuka dagangannya, juga para pembeli datang untuk membeli berbagai macam barang dalam jumlah besar/karungan untuk dijual kembali.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan 23 tema, dikelompokkan menjadi 7 kategori terkait pemenuhan kebutuhan bermuamalah oleh pelaku pasar INPRES kabupaten Muara Enim, yaitu:

1. Hukum dasar muamalat adalah mubah (boleh)

Muamalat bermakna mubah atau boleh menurut partisipan untuk dirinya. Hal-hal yang diungkapkan partisipan selama wawancara menunjukkan hasil beragam. Saat wawancara, pertanyaan diberikan dari berbagai sudut pandang bertujuan menggali lebih dalam pandangan partisipan yang berhubungan dengan hukum dasar muamalat adalah mubah. Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 5 tema, yaitu:

(1) Agama

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (4,5,7,9) yang semuanya muslim mengungkapkan bahwa agama menjadi dasar bermuamalat. Agama yang diungkapkan partisipan tidak hanya agama yang dianut tapi juga keyakinan kehidupan setelah kematian sehingga hal yang harus dilakukan selama hidupnya adalah melakukan ibadah seperti sholat dan berdoa. Berikut pernyataan salah satu partisipan:

“kito kalo islam yo segalonyo diatur dalam agama kito kan, menurut aku muamalat itu termasuk cak jualan bapak ini nah, jual beli kito samo-samo ridho... (P4).

Partisipan 5 dan 9 menambahkan berkaitan dengan keyakinan seseorang dengan agamanya dengan cara menjauhi segala larangan dan menjalankan perintah agama, keyakinan dalam agama seperti dalam bermuamalah. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Jujur aku kurang paham apodio itu muamalat, yang aku tau jualan yo jualan yang penting jujur idak ngerugike idak jago ngelanggar aturan agama dah itu be. Intinyo harus sesuai syariat dan agama yo kan...(P8)

(2) Halal Haram

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (1, 2, 5, 7, 8, 10) mengungkapkan bahwa bermuamalah harus dilakukan dengan mempertimbangkan halal haram yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Cak mano e pertanyaanyo ni eee.., soal halal haram, selamo ini dk pernah dek kami jualan barang yang haram, mano mungkin pulok kami jual yang haram. Dapetinyo pake usaha dewek, doetnyo jugo doet dewek bukan doet riba, jadi halal lah yang kami jual. Jual barang haram jugo takot duso kami, masok nerako pulok gek kami hehe...”(P7)

(3) Ikhtiar dan Doa

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (1,2,3,4,5) mengungkapkan bahwa bermuamalah itu harus dilakukan dengan dengan ikhtiar dan doa agar hasil yang didapatkan maksimal. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“nahh jujur bae..kalo dagang neh rejeki-rejekian y..kadang laku abis barang kadang masih siso...pas jualan..aku selalu doa samo sholat minta dilariskan jualan aku ini...karena yang rajen shalat samo doa bae kadang susah jualan, susah rejekinyo apolagi yang jarang dan dak pernah sholat makmano nak dilancarke tuhan, yang penting kito sudah usaha (ikhtiar) samo doa ...(P5).

(4) Semangat Mencari Rejeki

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (1,3,5,7) mengungkapkan bahwa bermuamalah itu harus dilakukan dengan penuh semangat untuk mencari rejeki. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Pas jualan, yo kito harus semangat kalo nak cari rejeki. Nak cak mano be hasilnyo nak jualan kito rame apo sepi harus tetep bersyukur kan. Karena rejeki sudah ado yang ngatur” (P3)

2. Dimensi Standar panduannya adalah maksud dan substansi, bukan draf atau penamaan.

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 4 tema, yaitu:

(1) Perkataan sebagai janji

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (1,2,4,5,9) mengungkapkan bahwa bermuamalah unsurnya kepercayaan dan saling memegang perkataan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Kita jualan dari kepercayaan saja...kadang dari omongan kita pegang karena kan sering jumpa juga hampir setiap hari. jadi yahh..hmm...kadang pembeli mau beli barang kita, mereka hutang dulu karena kurang uang atau tinggal duitnya..kalo kita sudah kenal gakpapa.. cuma yah itu waktu bayarnya kadang gak tentu” (P1)

(2) Saling jaga kepercayaan

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,3,5,9,10) mengungkapkan bahwa jaga kepercayaan sangat penting dalam bermuamalah. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Menurut aku antar aku dan kawan-kawan aku yang jualan samo yang jadi pembeli tu harus saling lah jago kepercayaan masing-masing, biar kito samo-samo enak. Pembeli kasih kepercayaan ke aku, belanja di aku aku akan ngerusak kepercayaan dio dk akan nipu dio. Biar dio selalu belanja di aku. Kepercayaan itu mahal yo dak” (P9)

(3) Tidak berbohong

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (7,8,9,10) mengungkapkan bahwa masih saja terkadang jual dan beli/ bermuamalah di pasar yang berbohong. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“kadang yang jual ini neh... pas kito nak beli ngomongin barangnyo cak jual buah katonyo bagus bagus galo, manis, seger-seger galo tapi pas lah kito beli lah dibuka dan nak dimakan dirumah ternyata hadeh... buahnyo dk sesuai nian lah asem ado yang bosok dll. Kecewa nian samo pedagang tukang tipu ini, maksud kito kan jualan tu jujur

be dk usah nak bohong/nipu cak ini, beduso lah dio. Yang rugi kito, dio jg bakal rugi katek lagi gek yang nak beli di dio cari pedagang laen lah kami masih banyak pulok...” (P8).

3. Dimensi sangat diharamkannya memakan harta orang lain dengan secara tidak benar

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 5 tema, yaitu:

(1) Halal dan Toyib

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,3,5,9,10) mengungkapkan bahwa apapun yang dibeli dan dijual harus terjamin kehalalan dan ke toyiban-an nya. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Ku jualan sayuran.. insha allah halal jugo bagus untuk badan..tapi yoo ck itulah resikonya, mudah rusak jualan sayuran ini..harus habis hari itu lah.. kalo idak, sayurnyo jadi pacak jahat (jelek), rusak dan dk akan laku lagi, jadinya kebuang.. kadang pernah sayuran ku rusak keno ujan dan banjir disini, terendam...nak cak mano lagi..sudah resikonya pedagang yo kan”(P2).

(2) Takut Dosa

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,3,5,9,10) mengungkapkan bahwa pedagang masih takut dosa, sehingga mereka taakut berbuat curang. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“untunglah.. selamo ini dak pernah calak (curang) nimbang berat samo jumlah jugo selalu pas (sesuai), malah dibuat lebih timbangannya...tapi dulu sih pernah maling timbangan jugo istilahnya..karena pas itu hargo lagi tinggi,..jadi disiasati kurangi dikit bae beratnya..memang dk ketauan sihh..tapi cuma bentar terus dk lagi karena takut beduso...hehehe”(P10)

(3) Tidak Berkah

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (7,8,9,10) pembeli mengungkapkan bahwa sangat menyayangkan perbuatan pedagang

yang curang karena pasti tidak akan berkah. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“maseh banyak nian yang jualan nih calak (curang) cak maenin timbangan apo be lah gawenyo nak untung dewek, dk akan berkah dio jualan kayak itu” (P7)

(4) Barang dicampur kualitas baik dan jelek.

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,5,9,10) mengungkapkan bahwa banyak barang yang dijual campur-campur ditambah kondisi malam. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“yang bikin kesel tu kadang ni galak nian nyampori barang yang bagus samo yang lah jahat (jelek)... ditumpunyo ditaroknyo dibawah atau ditutup tulah bikin kami dk galak belanja disitu lagi..” (P5).

4. Dimensi Tidak boleh merugikan diri sendiri maupun orang lain

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 4 tema, yaitu:

(1) Saling menguntungkan

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2, 3, 4, 5, 6) mengungkapkan bahwa berdagang harus saling menguntungkan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Aku dk galak dek jualan nak ambek untung dewek tapi ngerugike yang beli. Cak jualan ngubah timbangan, biar berat tapi ternyato idak cak itu normalnyo, Ngerugike yang beli kan, ujungnyo rugi di kito jugo lari galo pelanggan lantak nipu timbangan. Namonyo jualan yoo harus saling menguntungkan lah, jangan memberatkan sikok wong.” (P5)

(2) Tidak Rugi

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (2, 3, 4, 5, 6) mengungkapkan bahwa berjualan tidak akan membuat rugi. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Prinsip tobok (aku) jualan dk takot rugi lah. Jadi misalnyo ado yang beli wortel timbangannya lebih setengah ons apodk lebeh segares duo gares, kalo samo wong pasti nambah doet kalo aku

kukasih be itu dk galak nambah-nambah rego (harga).

Dk akan rugi jualan sistem cak ku ini daripada gek berhari-hari bosok sayur itu. Malahan pelanggan balek lagi kerno kito dk pelet” (P3)

(3) Barang laku dan habis

Dari hasil penelitian, 3 dari 10 partisipan (2,4,6) mengungkapkan bahwa kalau berjualan dengan jujur dan baik barang akan laku dan habis. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Jualan laku smo habes tu alhamdulillah sering tapi kadang anyep jugo (sepi) entah kareno ujan apodk memang belum rejekinyo tapi Insyallah kalo kito jualan jujur, baik dan ramah banyak pembeli itu bakal teros balik belanjo ke kito. Kalo sudah cak itu alhamdulillah barang yang dijual biso cepet laku, cepet habes” (P2)

(4) Boleh Tawar Menawar.

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (7, 8, 9, 10) mengungkapkan bahwa belanja di pasar tradisional keunggulannya bisa tawar menawar. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Kalo pendapat pribadi saya sih, saya lebih suka belanja di sini (pasar) karena harganya udah murah bisa kita tawar lagi, apalagi kalau kita beli banyak tu makin banyak potongan harganya. Ya kita sebagai emak-emak jadi bisa lebih hemat kan hehe” (P8)

5. Dimensi Memperingankan dan Mempermudah bukan Memperberat dan Mempersulit

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 4 tema, yaitu:

(1) Sesama manusia saling bantu

Dari hasil penelitian, 10 dari 10 partisipan sama-sama mengungkapkan bahwa sesama manusia harus saling bantu. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Namonyo manusio, makhluk sosial lah sudah seharusnya saling bantu satu samo

salen. Cak ini aku bantu wong buat belano dengan hargo murah, mereka bantu aku biar aku punyo doet. Samo samo bantu kan. Aku kasih kemudahan samo wong laen, insyallah pasti dikasih kemudahan samo Allah jugo” (P4)

(2) Mendapat balasan/ pahala

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1, 2, 3, 5, 9, 10) mengungkapkan bahwa segala yang kita perbuat akan mendapat balasan/pahala. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Walaupun saya cuma pedagang saya selalu berusaha untuk berbuat baik sama siapapun itu, karena sekecil apapun perbuatan akan mendapatkan balasan dari Allah, juga sekecil apapun saya ngelakuin kebaikan untuk pelanggan saya atau orang sekitar saya yakin saya dapet pahala dari Allah. Orang jahat ke saya harus tetap baik pokoknya.” (P3)

6. Dimensi Memperhatikan Keterpaksaan dan Kebutuhan

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 4 tema, yaitu

(1) Biar capek tapi berkah

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,3,4,5,6) mengungkapkan bahwa pekerjaan apapun dilakukan biar capek tapi berkah. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Punyo usaha/gawean cak ini (berdagang) memang cak sepeleh dijingok wong dan memang jugo gawenyo capek nian, panas-panasan sumpek dll. Tapi dk apo dek, walaupun capeknyo kadang dk kiro-kiro yang penting usaha aku ini berkah, daripada makan doet wong doet haram, jual barang haram mending cak ini. Teraso berkahnyo doet yang didapet.” (P2)

(2) Untuk Kebutuhan Keluarga

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (1,2,3,4,5,6) mengungkapkan bahwa hasil berjualan tentu untuk memenuhi kebutuhan keluarga dirumah. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Dem jualan lamo aku, pegi gelap balek tengah hari bolong sudah biaso itu. Usaha

teros pokoknyo, optimis demi makan anak bini dirumah. Namonyo tanggung jawab laki.” (P6)

(3) Perjuangan hidup

Dari hasil penelitian, 6 dari 10 partisipan (2, 3, 4, 5, 6) mengungkapkan bahwa jualan merupakan salah satu perjuangan hidup. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Jualan cak ini salah satu bentuk perjuangan edop manusio, kalo dio nak maju. Dk selamonyo edop ini lemak dan dk selamonyo edop ini susah yang pentng tetep semangat jalani idup, perjuangan idup untuk keluarga dll untuk cari makan dengan jualan. Pokoknyo berjuang teros lah kito...” (P5).

7. Dimensi Memperhatikan Tradisi dan Kebiasaan Masyarakat yang Tidak Menyalahi Syariat

Hal-hal yang ditemukan berdasarkan ungkapan partisipan dibagi dalam 4 tema, yaitu:

(1) Harga Pertemanan

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6) sebagai pedagang mengungkapkan bahwa banyak pembeli yang memang kenal tapi selalu minta harga pertemanan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Kalo soal hargo kawan (harga murah) ini ye sebenernyo dk apo kalo sesekali dan dengan hargo yg wajar, lah ini yang bikin peningnyo tu tiap nak beli nak hargo murah, nak banyak apolagi pas hargo lagi tinggi nian yo dk biso lah samo be nyampakke usaha kawan namonyo. Saro di kami, rugi yang jualan enak yang beli, kawan yo kawan ye kan. Tapi soal doet tu agak sensitif lah, namonyo aku jualan bukan nak sedekah.” (P2)

(2) Minta Diskon karena beli banyak

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6) sebagai pedagang mengungkapkan bahwa banyak pembeli yang selalu minta diskon karena beli banyak. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Bibik-bibik yang beli (Konsumen) minta diskon lah dem banyak nian, sering ku kasih apolagi langganan jugo apolagi kalo bahan-bahan tu lagi murah. Ku kasih

kayak bonus cabe, tomat, sayur, jeruk dsb tapi kalu barang lagi mahal-mahalnyo dem dk biso kukasih bonus segalo macemnyo, pas lagi mahal be aku kadang ngurangi jumlah barang yang kujual biar dk berat nian modal aku. Berapo dapetnyo lah daripada periuk nasi dk jalan, semoga be yang beli-beli tu ngerti dan maklum...” (P4).

(3) Kemaslahatan

Dari hasil penelitian, 1 dari 10 partisipan (9) mengungkapkan bahwa semua kegiatan yang kita lakukan harus mengandung kemaslahatan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Kita kan beragama islam ya yang saya tau setiap hal yang kita lakukan itu harus ada kemasalahannya (mendatangkan kebaikan) jadi karena jual-beli ini masuk dalam maslahat itu udah sangat bagus dilakukan masyarakat kita, pekerjaan halal dan dianjurkan. Betul kan” (P7)

Hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan BerMuamalah didapatkan 7 dimensi, yaitu:

(1) Kurangnya Fasilitas air dan selokan

Dari hasil penelitian, 7 dari 10 partisipan sama-sama mengungkapkan kurangnya fasilitas air dan selokan. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Penyaketnyo di beberapa pasar yo cak yang adek sebutke tadi sering kurang di banyu samo selokan paret yang dk bener lagi sudah. Aku datang ke beberapa pasar, kuliat memang disano tu um.... banyunyo kurang layak dipake karena kotor, keruh, banyak jentik nyamuk bak mandinyo jg kumuh ... nah samo selokan di pasar nih harusnyo segera diperbaiki karena jingok dewek kotor, sumpat... banyunyo entah ngaler kemano-mano laju jadi becek (P8)”

(2) Waktu yang terbatas di malam hari

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6) mengungkapkan kecapekan/keterbatasan waktu menjadi salah satu hambatan bermuamalah di pasar tradisional. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Banyak yang jualan eceran tu belanjo kesini namonyo pasar induk, pasar besak. jadi kami yang jualan ni harus buka pas wong maseh nyenyak tedok, gelap0gelap

kami lah jualan. Memang harus malam, waktunya juga jadi terbatas, perasaan baru totop ini lah nak buka lagi tapi kan ini. Banyak pedagang sayuran eceran yang belanjo jam 3/4 soboh nian biar dio pacak jual lagi paginyo...Mereka belanjo gonian (banyak) kayak beli kentang se-karung isi puluhan kilo... (P5)”

(3) Kecapekan/Letih karena tidur tidak teratur
Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6) mengungkapkan kecapekan/letih karena tidur tidak teratur. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Tidur kami udah biasalah ga teratur, kalo dibilang capek letih itu pasti lah, namanya juga cari duit kan...saya buka jam 2 malah ada buka jam 11 malam, jadi kapan lagi kan istirahatnya. Tapi ngga papa namanya pejuang rupiah (P4)”

(4) Bosan dan jenuh

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6) mengungkapkan terasa bosan dan jenuh. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Kalo ngomongi bosen samo jenuh jualan teros tu yo adolah e, pengen berenti jugo ado. Pngen begawe samo wong be tapi dak biso lagi. Balek lagi ke cak mano lagi namonyo inilah jalan buat nyari doet beli beras tadi, kebutuhan edop. Bosan yo bosan tapi kalu lah megang doetnyo tu dah ilanglah itu bosan. Jadi raso bosan samo jenuh itu harus dibuang jauh-jauh lah biar berkah... (P3)”

(5) Sering banyak setoran/iuran pasar ataupun retribusi

Dari hasil penelitian, 5 dari 10 partisipan (2, 3, 4, 5, 6) mengungkapkan bahwa hambatan bermuamalah yang selalu terjadi di pasar tradisional maupun tempat berdagang lainnya adalah banyaknya setoran/iuran retribusi setiap harinya/bulannya. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Sudah cukup lamo lah aku jualan disini, untuk setoran cak retribusi atau kebersihan, atau sewa lapak nyo lumayan jugo jumlahnyo man nak dipekeri. Bayarnya per lapak/tempat biso pake ruko kecik betotop biso cuma meja yang disedioke pihak pasar ataudk ngepor

dibawah, kito pakeke alas. Yo cukup memberatkan jugo eh hargonyo untuk sikok lapak apolagi yang jualan banyak, banyak jugo dioo nak sewa lapak. Apolagi kalu jualan lagi sepi-sepinyo teraso nian berat...(P6)”

(6) Harga sering turun naik tiba-tiba

Dari hasil penelitian, 7 dari 10 partisipan (2,3,4,5,6,7,8) mengeluhkan faktor harga barang yang sering naik turun. Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Wah... kalau soal harga ya ga bisa diprediksi. Naik turun tiba-tiba, hari ini turun besok bisa aja langsung tinggi harganya apalagi udah mau lebaran gini. Kalau lagi naik mau ga mau kami juga jual mahal ambil untung sedikit tapi juga kadang kalo udah terlalu mahal kami ngurangi barang yang kami jual atau ngga kami jual sama sekali. Karena takutnya udah beli barang mahal tapi pelanggan ngga ada yang mau beli. Kayak cabe setan kalo udah tinggi harganya mereka pasti ngga mau beli malahan mereka beli cabe rawit untuk gantinya. Tapi kalo udah turun ya pasti kami turuni tu harga, baru lah pembeli semangat borong barang...(P5)”

(7) Polusi udara (bau menyengat sampah)

Dari hasil penelitian, 4 dari 10 partisipan (6,7,8,9,10) sebagai pembeli mereka mengeluhkan polusi udara (bau yang menyengat). Berikut ungkapan salah satu partisipan:

“Pas aku nak belanjo di pasar sereng nian jingok sampah nompok nah, belum lagi pas jingok sampah berserakan (bertebaran) dijalan lorong-lorong pasar (sampah sisa jualan pedagang) jadi baunyo pas lewat tu astaga busuk nian, nyengat gino. Apolagi kalo matahari sudah mulai panas nian, bueh baunyo makin nosok edong, yo pastinyo ini ngganggu kami pas belanjo kan dk nyaman laju kesini (P9)”

Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan temuan menarik dari para pelaku pasar tradisional. Hasil pembahasan mendapatkan tujuh dimensi yang timbul di pasar tradisional yaitu dimensi hukum dasar muamalah, Dimensi patokan yang jadi

pegangan, Dimensi diharamkan memakan harta orang lain secara tidak benar, Dimensi tidak boleh merugikan diri sendiri maupun orang lain, Dimensi memperingan dan mempermudah bukan memperberat dan mempersulit, Dimensi memperhatikan keterpaksaan dan kebutuhan, Dimensi memperhatikan serta menjelaskan tradisi dan kebiasaan/perbuatan masyarakat yang tidak melanggar syariat agama. Dimensi ini juga diturunkan menjadi 23 tema, yaitu: agama, halal haram, ikhtiar dan doa dan semangat mencari rejeki, perkataan adalah janji, saling jaga kepercayaan dan tidak berbohong, halal dan toyyib, takut dosa, tidak berkah, barang dicampur kualitas baik dan jelek, saling menguntungkan, tidak rugi, barang laku dan habis, boleh tawar menawar, saling tolong menolong, sesama manusia saling bantu, mendapat balasan/ pahala, biar capek tapi berkah, untuk kebutuhan keluarga, perjuangan hidup, harga teman dan minta diskon karena beli banyak.

Hal lain yang juga ditemukan adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat pelaku pasar dalam bermuamalah sehingga kebutuhan bermuamalah menjadi faktor penting yang harus diperhatikan di pasar tradisional terutama untuk para stakeholder terkait. Dengan mempelajari kebutuhan bermuamalah dengan baik, para pelaku pasar dapat meningkatkan kualitas bisnis dengan berkah sesuai tuntunan bermuamalah menurut Al Qur'an dan Hadits serta menggerakkan perekonomian lokal di pasar tradisional.

5. KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan atas wawancara terhadap 10 partisipan, dapat disimpulkan bahwa didapatkan 23 tema yang dikelompokkan ke dalam tujuh kategori tentang pemenuhan kebutuhan Bermuamalah dalam perspektif kaidah utama fiqih muamalah, yaitu:

1. Dimensi hukum dasar muamalat adalah mubah (boleh) dibagi dalam 4 tema, yaitu: agama, halal haram, ikhtiar dan doa dan semangat mencari rejeki.
2. Dimensi patokan yang jadi pegangan adalah maksud dan substansi, bukan

redaksional maupun penamaannya dibagi dalam 3 tema, yaitu: perkataan adalah janji, saling jaga kepercayaan dan tidak berbohong,

3. Dimensi diharamkan memakan harta orang lain secara tidak benar dibagi dalam 4 tema, yaitu: halal dan toyyib, takut dosa, tidak berkah, barang dicampur kualitas baik dan jelek.
4. Dimensi tidak boleh merugikan diri sendiri maupun orang lain dibagi dalam 4 tema, yaitu: saling menguntungkan, tidak rugi, barang laku dan habis, boleh tawar menawar.
5. Dimensi memperingan dan mempermudah bukan memperberat dan mempersulit dibagi dalam 3 tema, yaitu: saling tolong menolong, sesama manusia saling bantu, mendapat balasan/ pahala.
6. Dimensi memperhatikan keterpaksaan dan kebutuhan dibagi dalam 3 tema, yaitu: biar capek tapi berkah, untuk kebutuhan keluarga, perjuangan hidup.
7. Dimensi memperhatikan serta menjelaskan tradisi dan kebiasaan/perbuatan masyarakat yang tidak melanggar syariat agama dibagi dalam 2 tema, yaitu: harga teman dan minta diskon karena beli banyak.

Hambatan-hambatan dalam pemenuhan kebutuhan bermuamalah didapatkan 7 dimensi utama meliputi: penambahan fasilitas, waktu yang terbatas di malam hari, kecapean/letih karena tidur tidak teratur, bosan dan jenuh, sering banyak setoran retribusi, harga sering turun naik tiba-tiba, polusi udara (bau menyengat sampah).

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, partisipan mengungkapkan langkah-langkah pemenuhan kebutuhan bermuamalah melalui 5 dimensi utama yaitu: perlu dibuat SOP bertransaksi yang benar, sosialisasi peraturan dan kebijakan, tim pengawasan yang ketat dan reguler dalam bermuamalah. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat literasi dan pemahaman pelaku pasar di Pasar Inpres Muara Enim dalam bermuamalah masih sangat terbatas dan masih

diperlukan peningkatan literasi bagi para pelaku pasar

5.2 Rekomendasi

Bagi Pemerintah:

1. Memfasilitasi dan menjadwalkan kajian ekonomi syariah dan fiqh muamalah rutin kepada pelaku pasar di masjid/mushola Muara Enim untuk meningkatkan literasi dan pemahaman pelaku pasar terhadap prinsip bermuamalah.
2. Tingkat dan kebersihan tempat pasar harus diperhatikan untuk menjaga kualitas produk pasar yang tersedia.
3. Menyediakan mushola dengan fasilitas air dan perlengkapan shalat yang memadai sehingga seluruh stakeholder dapat beribadah dengan baik dan nyaman
4. Produk yang dijual di pasar, untuk memberikan kenyamanan pembeli dapat menggunakan produk yang bersertifikasi halal.
5. Meningkatkan pengawasan keamanan agar konsumen merasa aman dan nyaman dalam berbelanja atau bertransaksi di pasar tradisional

Bagi Masyarakat:

1. Pedagang dapat membentuk kelompok halaqah/ kajian rutin prinsip bermuamalah dengan mengundang ulama untuk meningkatkan pemahaman dan literasi bermuamalah.
2. Perlunya pedagang atau penjual di pasar tradisional dapat melayani pembeli dengan ramah dan sopan, memiliki kemampuan mengelola, serta menjelaskan kegunaan produk untuk membantu pembeli.
3. Pedagang dapat meningkatkan pengetahuan dalam berdagang sesuai tuntunan syariah agar berkah dan lancar rejekinya.
4. Pedagang dapat menjual produk sedapat mungkin yang tersertifikasi halal.
5. Organisasi keagamaan seharusnya dapat merangkul pedagang yang rata-rata pengetahuan bermuamalah masih kurang dalam berdagang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian belum melibatkan seluruh stakeholder seperti dari organisasi masyarakat seperti, dari organisasi kelembagaan seperti ulama, Lembaga Sertifikasi Halal, MUI, dan dari Pemerintahan seperti Dinas Pasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan
2. Karena keterbatasan waktu dan tenaga, penelitian belum secara komprehensif membahas tema-tema pada dimensi hambatan dan dimensi mengatasi hambatan
3. Agar lebih komprehensif, penelitian dapat diperluas dengan mengkaji dan mengkomparasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern dalam menerapkan kaidah utama fiqh muamalah.
4. Untuk memperluas kajian fiqh muamalah, dapat dilibatkan para ahli fiqh melalui *focus group discussion*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Quranul Karim. Edisi terjemahan. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Arie Syantoso, Parman Komarudin, & Iman Setya Budi. (2018). Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 20–39. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/1595>.
- Athar, G. A. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Dipasar Tradisional Kota Binjai Sumatera Utara. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Ekonomi Islam*, 9(1), 125–134, <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/wahana/article/view/2655/1771>
- Aziz, F. A. (2019). Fiqih ibadah versus fiqh muamalah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 237–254.
- Darmawi, Herman. *Manajemen Asuransi*. Jakarta Bumi Aksara. 2004.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Modul Pelatihan Dasar Muamalah Maliyah Tahun 2022*. Tim DSN MUI.

- Eriyanti UIN Ar-Raniry Banda Aceh, N. (2019). Perdagangan Saham di Pasar Modal Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Transaksi di Pasar Perdana dan Pasar Sekunder Pada Pasar Modal). *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 2(2), 195–204
- Habibullah, E. S. (2018). Prinsip-Prinsip Muamalah. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 25 48. Hakim, H. S. dan L. (2017). Transformasi Keadilan Transaksi Dalam Ekonomi Islam; Tinjauan Fiqih Muamalah. *Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 28(2), 1–20.
- Hakim, H. S. dan L. (2017). Transformasi Keadilan Transaksi Dalam Ekonomi Islam; Tinjauan Fiqih Muamalah. *Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 28(2), 1–20.
- Hardiati, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1862>
- Hartanti, P. (2020). Tinjauan fiqh muamalah terhadap sistem jual beli getah karet di desa kabun kecamatan kabun kabupaten rokan hulu. Skripsi.
- Irwanto, Dedi. 2011. Venesia dari Timur Memaknai Produksi dan Reproduksi Simbolik Kota Palembang dari Kolonial sampai Pascakolonial. Ombak. Yogyakarta.
- Maisa S, Ant., I. A. (2017). Kata Pengantar. *Populasi*, 16(2), 1–158. <https://doi.org/10.22146/jp.22584>
- Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah; Fiqh Muamalah, Jakarta; Kencana, 2012, h. 101
- Munib, A. (2018). Hukum Islam Dan Muamalah (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah). *Al-Ulum : Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ke Islam*, 5(1), 72–80. <https://doi.org/10.31102/alulum.5.1.2018.72-80> Nilam Sari. (1967). Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(1).
- Najib, M. and Sosianika, A. (2017). Retail Service Quality in Indonesia: Traditional Market Vs. Modern Market, *Academy of Marketing Studies Journal*, 21(2), 1-12.
- Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 13 No. 01 April 2013 ISSN 1693-7619*.
- Pengadilan, D. I., & Sukadana, A. (2020). Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 1441 H / 2020 M.
- Putri, Y.P., Jasmi, Armein, dan Zeswita L. (2013). Keanekaragaman Lalat (Cyclorrapha: Diptera) Pada Lokasi Penjualan Ikan Segar Di Kota Padang. *Universitas Andalas Padang. Jurnal of Biological Education*, 2(2), 1-6
- Putri, Yunita Panca. 2018. Taksonomi Lalat di Pasar induk Jakabaring Kota Palembang. *Sainmatika: Jurnal Ilmiah Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Volume 15 No. 2, Desember 2018 DOI 10.31851/sainmatika.v15i2.2299* <https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/sainmatik>
- Schmitt, B. (2015). The “new wave” in studying Asian markets and consumers. *Marketing Letters*, 26(3), 261-264. <https://doi.org/10.1007/s11002-015-9364-z>
- Sitepu, N. I. (2016). Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam. *Human Falah*, 3(1), 18–33.
- Soekanto, Soejono. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta UI Press 2007.
- Suhendi, Hendi. Fiqih Muamalah. 2011. Jakarta Rajawali Press.
- Suretno, S. (2018). Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur’an. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 93. <https://doi.org/10.30868/ad.v2i01.240>.
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhamad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 91–100