

ANALISIS IMPLEMENTASI NILAI DASAR EKONOMI ISLAM PADA KINERJA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL

Titania Mukti

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

titaniamukti3115@gmail.com

ABSTRACT

Commerce in Islam is a lawful economic activity with the limitations of the Shari'a such as the basic values of Islamic economics that must be obeyed. Pakem Kaliurang Traditional Market is a market where all traders who sell are Muslim. The location of the market is also close to the Indonesian Islamic university where traders have a fairly religious environment and should be able to implement the basic values of Islamic economics in trading activities, but the economic conditions in the country are often changing and the urge to get the most profit from these activities Entrepreneurship sometimes makes traders tempted to commit fraud. The purpose of this study is to analyze the practice of the basic values of Islamic economics, namely monotheism, justice, caliphate, nubuwah, and ma'ad on the performance of traders in the Pakem Kaliurang traditional market. The research location is Pakem Market, Sleman Yogyakarta. This type of research is descriptive qualitative. The source of the data used is primary data collected by interviewing 10 traders in the traditional market of Kaliurang. Traders interviewed were selected randomly and represented different types of goods sold. The results showed that not all basic values of Islamic economics were applied in the performance of traders. Only the basic values of caliphate and ma'ad are optimally practiced in everyday life.

Keywords: *Basic Values; Islamic Economics; Trader Behavior.*

ABSTRAK

Perniagaan dalam islam adalah aktivitas ekonomi yang halal dengan adanya batasan syariat seperti nilai-nilai dasar ekonomi islam yang harus dipatuhi. Pasar Tradisional Pakem Kaliurang adalah pasar dimana seluruh pedagang yang berjualan beragama Islam. Lokasi pasar juga dekat dengan Universitas Islam Indonesia dimana para pedagang memiliki lingkungan yang cukup religius dan seharusnya mampu mengimplementasikan nilai-nilai dasar ekonomi Islam dalam aktivitas perdagangan, tetapi kondisi perekonomian dalam negeri yang sering berubah-ubah dan dorongan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari kegiatan berwirausaha terkadang membuat pedagang tergiur untuk melakukan kecurangan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis praktik nilai-nilai dasar ekonomi Islam yaitu tauhid, keadilan, khalifah, nubuwah, dan ma'ad terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional Pakem Kaliurang. Lokasi penelitian adalah Pasar Pakem Sleman Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dengan instrumen wawancara pada 10 orang pedagang Pasar Tradisional Pakem Kaliurang. Pedagang yang diwawancarai dipilih secara acak dan mewakili jenis komoditas barang yang dijual berbeda-beda. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak semua nilai dasar ekonomi Islam diaplikasikan dalam kinerja pedagang. Hanya nilai dasar *khilafah* dan *ma'ad* yang optimal dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Nilai Dasar; Ekonomi Islam; Perilaku Pedagang.

PENDAHULUAN

Pedagang di pasar tradisional merupakan subjek dalam lingkup Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi cukup tinggi dalam perekonomian di Indonesia. Menurut sensus statistik tahun 2016, sebanyak 71% kegiatan usaha di Indonesia didominasi oleh pedagang tradisional (BPS, 2020). Melihat data tersebut perkembangan potensi UMKM saat ini menjadi hal menarik untuk dibahas, akan tetapi UMKM saat ini menghadapi permasalahan persaingan bebas, sehingga peningkatan kualitas kinerja pedagang dirasa sangat diperlukan, karena permasalahan yang terjadi kini adalah hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusianya (Suryadarma, 2007). Hasil penelitian Aliyah (2014), menunjukan bahwa terdapat beberapa hal yang menyebabkan lemahnya daya saing pedagang tradisional yaitu kurangnya kualitas sumber daya manusia untuk mengelola usahanya dan kalah dengan kehadiran pasar swalayan. Penelitian Aruman, Pandjaitan, & Sadono (2018), juga menjelaskan bahwa rendahnya kapasitas berwirausaha dari seseorang pedagang membuat perkembangan pasar tradisional menjadi lambat.

Di wilayah Yogyakarta sendiri yang *notabene* adalah kota pelajar dimana banyak sekali para pelajar dari luar kota yang bermukim di Yogyakarta, hal tersebut mendongkrak semangat masyarakat untuk membuka kegiatan usaha. Dari data yang ada jumlah pedagang tradisional di Yogyakarta adalah 17.620 orang.

Sejumlah angka yang cukup tinggi dan sebanyak 1.129 orang merupakan pedagang di Pasar Pakem Kaliurang, Sleman (BPS, 2020). Kondisi *realnya* seluruh pedagang di pasar tradisional Pakem Kaliurang, Sleman adalah seorang muslim. Lokasi pasar juga cukup dekat dengan kampus Islam tertua di Indonesia yaitu Universitas Islam Indonesia. Idealnya lingkungan yang *religious* mampu mendorong pedagang Pasar Pakem Kaliurang Sleman dapat mempraktikkan nilai-nilai dasar ekonomi Islam saat berdagang. Tetapi, kondisi perekonomian dalam negeri yang sering berubah-ubah dan dorongan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari kegiatan berwirausaha terkadang membuat pedagang tergiur untuk melakukan kecurangan. Beberapa kecurangan yang dilakukan pedagang tersebut jelas bertentangan dengan nilai-nilai dasar ekonomi Islam, bentuk-bentuk kecurangan itu adalah dengan mengurangi takaran barang dalam timbangan, sengaja menimbun barang agar saat komoditasnya langka maka harganya akan naik, dan tidak jujur dalam menyampaikan cacat atau kekurangan dari barang yang dijual (Sholekhah, 2018). Hal tersebut jelas menunjukkan bahwa nilai-nilai moral dalam berwirausaha sangat mempengaruhi kualitas sumber daya manusianya dalam hal ini adalah pedagang.

Oleh karena itu sebaiknya dalam memulai usaha, seorang muslim harus mengetahui nilai-nilai dasar yang terkandung didalam berdagang. Sebagai umat muslim kita mengenal nilai-nilai dasar yang seharusnya dapat dipraktikkan dalam melakukan aktivitas perdagangan. Nilai dasar yang pertama adalah

tauhid, dimana nilai *tauhid* yang mengedepankan nilai-nilai *illahiyyah* dan menjadi inti dari sistem ini. Ekonomi bukanlah sebuah entitas yang berdiri sendiri, melainkan sebuah bagian kecil dari bingkai ibadah kepada Allah SWT (Veithzal, 2013). Kedua adalah keadilan, yang didefinisikan sebagai suatu keadaan ketika terdapat kesamaan perilaku di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan. Keadilan dapat menghasilkan keseimbangan dalam perekonomian dengan meniadakan kesenjangan antara pemilik modal (orang kaya) dengan pihak yang membutuhkan (Sudarsono, 2003). Ketiga adalah *Nubuwwah*, yaitu meneladani sikap yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW seperti berperilaku *sidiq* atau jujur, *amanah* atau bertanggung jawab, *fathanah* atau bijak, *tablig* atau keterbukaan (Mannan, 1993). Keempat adalah *Khilafah*, disini diartikan bahwa para pedagang sejatinya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh pemerintah berupa regulasi. Pemerintah memainkan peranan yang kecil, tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan dengan baik dan memastikan supaya tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Menurut Imam Al-Ghazali semua ini dalam rangka mencapai *muqashid al-syari'ah* atau dalam kata lain memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan kekayaan manusia (Naqvi, 2003). Kelima adalah *ma'ad* atau

berorientasi pada hasil. Konsep *ma'ad* ini diformulasikan oleh Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba yaitu laba dunia dan keberkahan akhirat. Karena itu konsep *profit* mendapatkan legitimasi dalam islam (Karim, 2010).

Pengimplementasian nilai-nilai Islam dalam berdagang diharapkan dapat menciptakan tumbuhnya jiwa-jiwa wirausaha yang berbudi pekerti dan merupakan salah satu faktor pendorong kemakmuran serta kemajuan ekonomi di suatu bangsa. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2017) dan Helmi (2016) menyebutkan bahwa penerapan prinsip islami di pasar tradisional dapat terlaksana karena pedagang bekerja bukan semata-mata mencari *profit* duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan Allah SWT atas apa yang diusahakannya. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Musrida (2017) dan Heri Irawan (2017) menemukan fakta yang sebaliknya, bahwa untuk sebagian pasar di Indonesia masih melakukan penimbunan barang dan masih banyak dari para pedagang yang tidak menerapkan nilai kejujuran dalam berdagang. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis meneliti mengenai implementasi nilai-nilai dasar ekonomi islam di Pasar Pakem Kaliurang, Sleman, Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Bodgan dan Taylor, metodologi kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang

menghasilkan data berupa deskripsi tertulis yang bersumber dari lisan informan maupun hasil pengamatan di lapangan (Moleong, 1991). Lokasi penelitian pada pasar tradisional Pakem Kaliurang, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun yang dijadikan subjek yaitu pedagang tradisional di pasar Pakem Kaliurang. Sedangkan, objek penelitian ini adalah kinerja para pedagang di pasar tradisional Pakem Kaliurang. Penelitian ini merupakan penelitian *field research* yaitu penelitian dengan mengangkat data *real* di lapangan (Suharismi Arikunto, 1995). Sumber data yang dikumpulkan merupakan sumber data primer yang didapat dari instrumen penelitian berupa wawancara terstruktur pada 10 pedagang yang dipilih secara acak dengan komoditas yang dijual berbeda-beda untuk menggali informasi secara langsung. Informasi didapatkan melalui percakapan antara peneliti dengan para pedagang dan observasi yaitu pengamatan langsung terhadap tingkah laku pedagang. Teknik analisis data yang dilakukan, dengan menggunakan kualitatif dianalisis dengan teknik yang ditemukan oleh Miler dan Huberman (1992) mencakup tiga kekuatan yang bersamaan, pertama yaitu reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan transformasi data kasar dari lapangan; kedua yaitu penyajian data merupakan kegiatan pengumpulan informasi atau data-data yang disusun berdasarkan kategori yang diperlukan; serta penarikan kesimpulan adalah suatu kegiatan untuk memahami makna serangkaian pembuatan suatu karya ilmiah yang telah terselesaikan,

dipaparkan menggunakan kalimat yang efektif dan mudah untuk dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pasar Pakem Kaliurang

Pasar Pakem Kaliurang merupakan pasar yang berlokasi di wilayah lereng gunung Merapi, tepatnya di Jalan Kaliurang KM 17 Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, bagian utara Daerah Istimewa Yogyakarta. Pasar Pakem Kaliurang adalah pasar tradisional dimana sebagian besar komoditas yang diperjual-belikan merupakan hasil pertanian dari penduduk setempat, produk olahan makanan lokal, baju *brand* lokal. Setiap hari, pasar tersebut cukup ramai oleh pembeli yang merupakan penduduk lokal dan juga mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang lokasinya cukup dekat. Proses jual beli dilakukan dengan cara tradisional yaitu secara pembayaran *cash* atau pembayaran langsung. Keberadaan pasar Pakem juga dapat dikatakan unik karena merupakan salah satu destinasi bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara jika ingin membeli oleh-oleh barang dan makanan lokal. Di sebelah utara pasar Pakem dikhususkan sebagai tempat berjualan pisang lokal yang beraneka jenis. Disebelah barat mayoritas penjual menjual pakaian, di tengah Sebagian besar menjual sayuran dan bahan makanan pokok, di sebelah timur dikhususkan untuk berjualan perkakas rumah tangga, di depan pasar banyak didapati penjual ikan, ayam potong dan daging, disekitar luar pasar banyak didapati penjual makanan siap saji, sedangkan di sebelah barat dikhususkan untuk berjualan

buah-buahan. Pasar Pakem Kaliurang sangat berperan penting untuk roda perekonomian warga lereng Merapi khususnya warga Pakem yang berjumlah 30.713 jiwa yang tersebar di 5 desa yang mencakup 61 dusun (Pembab Sleman, 2020).

Penerapan Nilai-nilai dasar ekonomi islam para perilaku pedagang Pasar Pakem Kaliurang, Sleman

Kebahagiaan dunia dan akhirat adalah tujuan akhir manusia. Sebagai umat muslim kita percaya bahwa setiap tindakan yang kita lakukan diawasi oleh Allah SWT. Bahkan dalam aktivitas perniagaan dimana sebagian orang menganggap ini bukanlah aktivitas ibadah. Namun, dalam Islam kegiatan muamalah justru bernilai ibadah jika diniatkan untuk mendapat Ridha dari Allah SWT. Aktivitas perniagaan yang menjunjung nilai-nilai syariat sudah dicontohkan secara langsung oleh Nabi Muhammad SAW, dimana beliau juga seorang pedagang yang sukses. Nilai-nilai syariat dalam berdagang semuanya berlandaskan pada aturan Al-Quran dan Hadist. Pada kali ini, penulis akan memaparkan hasil analisis dan pengamatan pada implementasi nilai-nilai dasar ekonomi Islam di Pasar Pakem Kaliurang, Sleman.

Dari hasil observasi dan wawancara didapati penulis kepada Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman yaitu kepada Bapak Drs. RR. Mac Rusmi S., MT. menyatakan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Pakem Kaliurang beragama Islam. sehingga penulis melanjutkan wawancara terkait implementasi nilai-nilai

dasar ekonomi Islam kepada para penjual di pasar Pakem Kaliurang, Sleman. Wawancara dilakukan secara terstruktur dari pertanyaan yang sudah penulis siapkan. Wawancara dilakukan pada 10 pedagang yaitu (1) Ibu Rusmiyati pedagang sayur dan bumbu dapur, (2) Ibu Warsirah pedagang daging & ayam potong, (3) Ibu Juminten pedagang pakaian, (4) Ibu Ratna penjual buah, (5) Ibu Komsiyah penjual buah pisang, Bapak Syamsudin pedagang perkakas, (6) Bapak Paryadi pedagang sembako, (7) Bapak Ngadi pedagang makanan tradisional pukis, (8) Ibu Gundo pedagang sayuran, (9) Ibu Mursirah pedagang pakaian, dan Ibu Darsinem penjual cemilan kering. Hasil wawancara tersebut dibagi menjadi lima topik utama, penjelasan dari kelima topik tersebut adalah:

a. Implementasi Nilai Dasar Tauhid

Tauhid atau keimanan adalah nilai illahiyyah yang merupakan inti pokok ajaran agama Islam mengenai Tuhan yaitu keyakinan yang tertanam dalam hati bahwa Allah SWT adalah sang Maha Pencipta dan yang Maha Mengetahui sehingga seluruh kegiatan muamalah adalah bagian dari sarana beribadah kepada Allah SWT dimana Allah SWT dapat melihat seluruh aktivitas yang kita lakukan (Buchari, 2013). Tauhid ini dibedakan menjadi tauhid uluhiyah dan tauhid rububiyyah. Tauhid Uluhiyah adalah konsep yang menjelaskan tentang ke-ESA-an Allah SWT, oleh sebab itu kita sebagai insan hendaknya memohon rezeki hanya kepada Allah SWT dan tidak boleh meyakini hal lain karena rezeki sudah diatur oleh Allah SWT sedemikian rupa dan sedemikian adil. Tauhid Rububiyyah adalah

konsep tauhid yang menjelaskan bahwa Allah SWT adalah zat yang maha menciptakan, Allah SWT adalah yang mengatur alam semesta sehingga manusia sebagai insan hendaknya senantiasa beribadah kepada Allah SWT sesuai syariat. Hal ini menandakan bahwa saat berniaga aktivitas ibadah inti tidak boleh terlewat. Ibadah inti tersebut adalah shalat, zakat, puasa ramadhan. Sedangkan untuk mendapat rahmat dari Allah SWT maka kegiatan berniaga ini hendaknya diniatkan untuk beribadah sehingga akan mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat (Afrizal, 2018).

Implementasi nilai dasar tauhid pada pedagang Pasar Pakem Kaliurang memiliki tingkatan subjektif yang berbeda-beda untuk setiap pedagang. Dimana dari hasil wawancara menunjukan bahwa sebagian pedagang melaksanakan salat lima waktu walau sedang berjualan, 6 dari 10 narasumber mengatakan bahwa mereka tetap menjaga ibadah salat lima waktu dimana sebelum berjualan mereka tetap salat subuh terlebih dahulu sebelum berangkat ke Pasar Pakem Kaliurang, ketika zuhur tiba maka mereka melakukan sif terhadap karyawan atau kerabatnya untuk menjaga lapaknya kemudian melaksanakan salat zuhur dan ketika asar mereka segera tutup sehingga pukul 04.00 sudah pulang ke rumah masing-masing dan melaksanakan ibadah salat asar. Sedangkan 4 narasumber lainnya mengatakan bahwa ibadah salat sering tertinggal karena sibuk berdagang. Dari sampel informasi dari sepuluh narasumber tersebut penulis menyimpulkan bahwa untuk aktivitas ibadah dari seorang pedagang semuanya kembali kepada pribadi masing-masing.

Implementasi nilai tauhid selanjutnya adalah kejujuran dalam berdagang. Dimana delapan narasumber mengatakan bahwa mereka telah jujur dalam berdagang dan mengungkapkan rincian harga, kualitas, dan kuantitas dari barang yang dijual kepada pembeli apa adanya. Sedangkan untuk 2 orang menyebutkan bahwa untuk kejujuran dalam berdagang tidak 100% mengatakan secara jujur kualitas barang seperti yang disampaikan oleh Ibu Mursirah yang mengatakan, “Kalau berjualan saya dan teman-teman penjual baju lainnya tidak selalu ngomong jujur tentang kualitas barangnya, terutama jika ada bolong sedikit pada jahitan atau jahitan baju kurang rapi, saya biarkan saja pembeli mengecek sendiri dan terkadang tidak terlihat jadi langsung dibeli saja”, Ibu Marsirah dan para penjual pakaian tidak semuanya dapat mengatakan jujur tentang kualitas, dimana terkadang Ia menyembunyikan cacat jahitan yang ada pada pakaian yang dijualnya untuk meraih untung atas penjualan yang dilakukannya. Begitu pula yang disampaikan oleh Bapak Syamsudin yang menjual barang perkakas dimana Ia tidak menjelaskan dengan 100% terkait kualitas barang perkakas yang dijualnya dengan alasan tidak ingin merugi karena barang yang ketahuan cacat tidak jadi terbeli jika diketahui oleh konsumen. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kejujuran pedagang Pasar Pakem Kaliurang masih bersifat subjektif dan tidak merata. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nizar, (2018) tentang kejujuran para pedagang yang tidak merata dalam suatu pasar. Begitu pula penelitian yang dilakukan

oleh Raihanah, (2018) yang menyatakan bahwa kejujuran merupakan norma yang erat dalam Islam namun sebagian muslim belum bisa mempraktikkannya secara utuh terutama untuk aktivitas perniagaan. Padahal, seorang pebisnis muslim harus senantiasa berperilaku jujur, agar nilai-nilai kebaikan senantiasa mengalir untuk orang sekitar, dengan sikap jujur maka konsumen akan merasa senang dan justru menaruh rasa percaya jika membeli lagi ke penjual yang berperilaku jujur tersebut dan sebaliknya jika pedagang tidak jujur maka konsumen akan merasa tertipu setelah membeli ke pedagang tersebut (Idri, 2015).

b. Implementasi Nilai Dasar Keadilan

Fondasi dasar ekonomi Islam yang kedua adalah *adl* atau keadilan dimana konteks keadilan ini merupakan ciri khas perekonomian ini sudah ada dari zaman Rasulullah SAW. Konsep keadilan ini diartikan sebagai suatu keadaan dimana ada kesamaan hak dan kewajiban, ada kesamaan hukum, kesamaan kompensasi, keseimbangan dalam aktivitas perekonomian (Syaparuddin, 2010). Keadilan akan terwujud apabila tiap-tiap individu menerapkan sikap jujur, benar dalam melakukan tindakan, lurus, dan jelas. Sehingga dalam praktiknya pedagang seharusnya jujur dalam menyampaikan keunggulan dan kekurangan barang atau jasa yang dijual, jujur dalam kualitasnya, jujur dalam kuantitasnya dan jujur mengenai harga yang seharusnya (Zulkifli, 2018). Jika dikutip dari buku yang dikarang oleh Quraish Shihab (2009) yang menyebutkan adil dalam tiga istilah dalam Al Quran yaitu *al-qisth* dan *al-mizan* yang artinya keseimbangan, lalu *al-'adl* yang artinya adil

(Shihab, 1996). Konsep adil ini kemudian tertuang dalam Al-Quran surat Ar-Rahman [55]: 7-9 yang berbunyi:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ
أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ وَأَقِيمُوا
الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا

Artinya: “Dan langit telah ditinggikan-Nya dan Dia ciptakan keseimbangan. agar kamu jangan merusak keseimbangan itu. dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu” Q.S. Ar-Rahman [55]: 7-9.

Dengan adanya ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa adil adalah memposisikan sesuatu sesuai pada porsi, tempat dan hak yang semestinya atau dengan kata lain *wadh' al-syai' fi mahallih*. Oleh karena itu, konsep adil sangat penting untuk mewujudkan keseimbangan dan mencapai *falah* atau kebahagiaan dunia dan akhirat (Almubarak, 2018). Keadilan adalah sifat bijaksana dengan memberikan orang lain hak seperti sebagaimana mestinya, sehingga semua pihak memiliki kesempatan yang sama (Agustami, Islam, & Utara, 2019). Dalam konsep keadilan ini penulis mewawancarai 2 sub topik mengenai konsep adil. Yang pertama adalah keadilan yang dilakukan oleh pedagang dengan menjaga konsep persatuan, maksudnya adalah apabila ada pembeli sedang menawar harga pada penjual A, maka penjual lainnya tetap menghormati bukan justru sengaja menjatuhkan harga untuk menarik minat pembeli dengan maksud ingin menguasai seluruh keuntungan dari banyaknya konsumen yang beli walau untungnya sangat kecil atau bahkan rugi. Dalam konsep ini peneliti mendapatkan fakta bahwa semua narasumber mengatakan bahwa mereka belum bisa mempraktikkan etika menghormati

pedagang lain, karena mereka juga ingin mendapatkan keuntungan yang besar, oleh karena itu mereka justru sering menawarkan harga yang lebih rendah dari pedagang pertama yang menawarkan harga barang pada pembeli. Ibu Rusmiyati menjelaskan bahwa hal itu dilakukan agar konsumen bisa menjadi pelanggannya, dengan beberapa kali memberikan harga yang miring pelanggan akan tertarik untuk membeli ditempatnya, setelah beberapa kali membeli maka harga akan dikembalikan seperti sediakala dengan penjelasan bahwa modal untuk barang tersebut naik. Hal ini tidak dibenarkan dalam konsep ekonomi Islam, dimana konsep keadilan harus tetap dijaga dan sebagai umat muslim sudah seharusnya kita yakin bahwa rezeki sudah di atur oleh Allah SWT, sehingga tidak perlu serakah terhadap hak orang lainnya (Rangkuti, 2017).

Konsep keadilan dalam berniaga yang kedua adalah menyediakan pelayanan yang adil untuk konsumen baik konsumen baru maupun konsumen yang sudah menjadi pelanggan. Dalam hal ini, semua narasumber mengatakan bahwa mereka telah bertindak adil baik kepada konsumen baru dan konsumen yang sudah menjadi pelanggan. Ibu Warsirah mengatakan “Kalau untuk harga sama baik pembeli baru ataupun yang sudah lama, semuanya adil diperlakukan sama”. Begitu pula yang dikatakan kesepuluh narasumber lainnya. Sehingga dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa pedagang di pasar Pakem Kaliurang telah bertindak adil dalam melayani konsumennya.

c. Implementasi Nilai Dasar Nubuawah

Fondasi ekonomi Islam yang ketiga adalah *nubuawah* atau meneladani perilaku dan ucapan Nabi Muhammad SAW, dimana perilaku dan ucapan tersebut sebagai *role model* paling baik untuk pedoman kehidupan manusia bukan hanya untuk sektor ekonomi tetapi juga untuk seluruh aktivitas kehidupan. Sikap, perilaku, dan ucapan nabi merupakan pedoman untuk selamat di dunia dan di akhirat (Sulistiyowati, 2017). Sifat-sifat nabi tersebut dirangkum menjadi empat sifat pokok dalam menjalani kehidupan, yang pertama adalah *sidiq* yaitu berperilaku benar dan jujur, yang kedua adalah *amanah* yaitu melaksanakan tanggung jawab dan dapat dipercaya atau memiliki kredibilitas tinggi, yang ketiga adalah *fathonah* atau memiliki kecerdasan dalam hal ini adalah berilmu dan juga bijaksana dalam bertindak, dan yang terakhir adalah *tabligh* atau memiliki sikap komunikatif terutama jika di praktikkan dalam berniaga adalah strategi *marketing* yang handal (Suhadi, 2015).

Nilai dasar *nubuawah* adalah nilai dasar ekonomi Islam yang meneladani sikap Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang di pasar Pakem Kaliurang, bahwa para pedagang telah meneladani sifat nabi yaitu *tabligh* atau menyampaikan, yang dimaksud disini adalah menyampaikan atau mempromosikan barang dagangannya untuk memberikan informasi kepada pembeli hal ini dibuktikan dari semua wawancara yang penulis lakukan menuai hasil bahwa semua pedagang menjelaskan deskripsi mengenai produk, harga, kualitas, kuantitas, dan terkadang menjelaskan merek dan perbandingan beberapa jenis produk dengan

kualitas yang berbeda-beda. Pedagang juga mengaku bahwa mereka sudah *amanah* atau menepati janji, dalam hal ini di implementasikan apabila ada konsumen yang memesan barang maka mereka akan berusaha menepatinya, jikapun barang yang dipesan tidak tersedia maka mereka akan mengembalikan uang yang telah di bayarkan di awal sebagai *uribun* atau DP (*Down Payment*), dan menjelaskan alasan mengapa barang tersebut tidak tersedia serta memberikan saran atau rekomendasi barang serupa untuk menggantikan barang yang di pesan. Untuk sikap *sidiq* atau jujur beberapa pedagang belum sepenuhnya melaksanakan. Karena beberapa dari mereka mengakui terkadang harus berbohong kepada konsumen untuk menutupi cacat yang ada pada barang yang di jualnya. Untuk implementasi sikap *fatonah* atau cerdas sebagian pelanggan mengaku bahwa mereka telah meneladani sikap tersebut, hal itu mereka buktikan dengan menghitung untung rugi saat berjualan sehingga mereka dapat menjual dengan harga yang semestinya untung, mereka juga sudah memikirkan strategi *marketing* untuk menarik minat pelanggan.

d. Implementasi Nilai Dasar Khilafah

Khilafah dapat diartikan sebagai pemimpin dalam hal ini juga dapat disamakan dengan pemerintah, dimana peran pemerintah sangat penting untuk mengatur roda perekonomian suatu negara (Amin, 2019). Sebagai perwujudan sikap *khilafah* ini, para pedagang sejatinya harus menjadi pemimpin untuk dirinya sendiri, dengan menampilkan sikap tanggung jawab, sikap sopan santun terhadap pembeli, dan sikap saling

menghormati pedagang lainnya, sikap memimpin yang baik dalam perusahaan dagangnya, dan mengayomi segenap karyawan yang bekerja di usahanya. Sikap-sikap yang baik tersebut kemudian menjadi bersahaja layaknya seorang pemimpin (Nezhad Haj Ali Irani et al., 2017). Selain itu sikap *khilafah* juga merujuk pada ketaatan terhadap peraturan yang ada. Dalam hal ini seseorang yang menjadi pemimpin untuk usahanya, maka dapat juga mencontohkan bahwa ia akan tunduk terhadap peraturan baik dari undang-undang yang berlaku dan hukum syariat sebagai seorang pedagang muslim. Pemerintah sebagai pemimpin suatu negara juga hendaknya turutan tangan untuk mengatur kegiatan perekonomian, agar mencegah adanya aktivitas menimbun, aktivitas monopoli, mengawal naik turunnya harga agar selalu dalam batas wajar sehingga dapat dijangkau oleh konsumen dan juga tetap menguntungkan untuk pedagang (Zain, 2019).

Implementasi nilai dasar *khilafah* pada pedagang pasar Pakem Kaliurang ditandai dengan ketaatan para pembeli membayar retribusi untuk pembangunan pasar dan beberapa pedagang yang usahanya cukup besar mereka taat membayar pajak yang uangnya akan diolah pemerintah untuk mempercepat pembangunan ekonomi. Penerapan nilai dasar *khilafah* ini bukan hanya dengan taat membayar retribusi dan pajak, namun mereka mempraktikkan pada diri mereka sendiri bahwa seorang wirausahawan harus memiliki jiwa kepemimpinan yang baik, ditandai dengan bersikap disiplin terhadap waktu, kapan mereka harus menghubungi tengkulak untuk memperoleh barang yang akan dijual kembali,

mereka disiplin untuk membuka lapaknya di pagi hari dan tutup lapaknya sebelum malam tiba. Beberapa dari mereka juga taat beribadah meskipun tidak semuanya mengatakan bahwa mereka taat melaksanakan salat saat berjualan.

e. Implementasi Nilai Dasar Ma'ad

Fondasi ekonomi Islam yang kelima adalah *ma'ad* atau dapat kita artikan kembali. Dimana dalam Islam yang dimaksud *ma'ad* adalah kembali kepada sang *Kholik* yaitu Allah SWT (Rohmati, Anggraini, & Widiastuti, 2018). Dalam artian yang lebih sempit lagi yaitu dari sudut pandang ekonomi, *ma'ad* adalah berorientasi pada hasil atau *return* atau keuntungan (Mursal, 2017). Dimana mengambil untung disetiap aktivitas niaga hukumnya adalah boleh. Keuntungan adalah hal yang wajar agar roda perekonomian terus berputar, tetapi Islam membatasi norma-norma untuk mengambil keuntungan yang secukupnya tidak perlu berlebihan. Karena pengambilan keuntungan yang berlebihan akan mengganggu stabilitas pasar, pembeli akan merasa berat untuk membayar barang yang diinginkan karena tingginya harga. Sehingga penentuan keuntungan disini bukan seperti konsep keuntungan pada konvensional, tetapi konsep keuntungan dalam Islam yaitu konsep keuntungan yang berkeadilan (Khotimah & Bahrudin, 2020).

Implementasi dari nilai dasar *ma'ad* oleh pedagang pasar Pakem semuanya hampir sama mereka mengambil keuntungan pada hasil penjualannya. Berdasarkan wawancara pada Ibu Mursirah selaku pedagang pakaian mengatakan, "Saya pasti ambil untung untuk pakaian ini, tetapi ya ambil untungnya normal

lah bahkan tipis agar cepat laku". Pernyataan yang dikatakan oleh Ibu Gundo selaku penjual sayuran mengatakan "Pasti ambil untung, tetapi ya tipis sekali, kadang juga masih di tawar padahal untungnya tipis". Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pedagang di pasar Pakem Kaliurang berusaha mengambil untung hanya saja tidak terlalu tinggi karena adanya persaingan.

Berdasarkan dari hasil yang telah didapatkan dan dipaparkan di atas, penulis dapat menemukan bahwa implementasi nilai-nilai dasar ekonomi Islam di pasar Pakem tidak sepenuhnya dijalankan. beberapa nilai ekonomi Islam sudah di praktikkan oleh pedagang tetapi sebagian pedagang belum mempraktikkannya. Untuk nilai dasar Islam tauhid tidak semua orang mempraktikkannya dengan baik. Padahal dalam Al-Quran surat Al-Jumuah [62]: 9 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ
 فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ
 كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan shalat pada hari Jum'at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui" Al-Quran surat Al-Jumuah [62]: 9

Dalam ayat tersebut jelas bahwa dalam melaksanakan muamalah hendaknya kita seimbang, jika sudah datang waktu salat hendaknya menghentikan aktivitas jual beli untuk beribadah kepada Allah SWT. Dan menurut hasil wawancara yang penulis lakukan di pasar

Pakem Kaliurang, belum seluruh pedagang taat melaksanakan perintah salat.

Untuk nilai dasar keadilan sebagian pedagang telah mempraktikkannya sebagian lagi masih belum bisa mempraktikkan, dimana ada perlakuan khusus kepada pembeli yang sudah menjadi pelanggan tetap. Untuk nilai dasar *nubuwwah* atau sikap kenabian semua pedagang di pasar Pakem sudah mempraktikkan sikap *tabligh* untuk mempromosikan barang dagangannya, tetapi untuk sikap *sidiq* belum sepenuhnya dapat dipraktikkan karena beberapa pedagang harus berbohong terkait cacat yang ada dalam barang, sebagian besar pedagang dapat menjaga amanah dengan baik, dan pedagang juga sudah mempraktikkan sikap *fatonah* atau cerdas dalam menghitung keuntungan bagi barang yang dijualnya. Nilai dasar *khilafah* juga sudah di implementasikan dalam bentuk ketaatannya membayar pajak dan retribusi serta menjadi pemimpin yang disiplin untuk memimpin kegiatan wirausahanya, dan nilai dasar *ma'ad* sudah sepenuhnya pedagang mempraktikkan bahwa mereka berjualan memiliki orientasi pada hasil yang menguntungkan untuk menyambung ekonomi mereka.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari wawancara di atas adalah sebagian besar pedagang mengaplikasikan nilai-nilai dasar Islam secara sebagian atau bisa dikatakan belum sepenuhnya mereka bisa mempraktikkan nilai-nilai dasar Islam dalam aktivitas muamalahnya walaupun mereka sebagai umat

muslim mengetahui aturan-aturan yang diperbolehkan dan yang dilarang dalam jual belinya. Nilai dasar ekonomi Islam yang sepenuhnya dapat dipraktikkan adalah nilai dasar *khilafah* dan *ma'ad*. Untuk nilai dasar *tauhid*, keadilan, dan *nubuwwah* belum sepenuhnya di aplikasikan dalam kegiatan muamalahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, L. H. (2018). Rubūbiyah dan Ulūhiyyah Sebagai Konsep Tauhid (Tinjauan Tafsir, Hadits dan Bahasa). *Tasfiyah*, 2(1), 41.
- Agustami, E., Islam, U., & Utara, S. (2019). Keadilan dalam perspektif al- qur ' an. 9(2), 8–13.
- Aliyah, I. (2014). Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional Dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung*, 2(4), 22–31.
- Almubarak, F. (2018). Keadilan Dalam Perspektif Islam. *Journal Istighna*, 1(2), 115–143.
- Amin, M. (2019). Kepemimpinan dalam Islam. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 2(2), 121–127.
- Aruman, A. E., Pandjaitan, N. K., & Sadono, D. (2018). Communication Model to Build Entrepreneurship Capacity and Readiness for Changes among Traditional Market Traders. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1), 52–67.
- BPS. (2020). Jumlah Usaha Non Pertanian Hasil Sensus Ekonomi 2016. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/26/70-usaha-di-indonesia-kategori-kaki-lima-dan-pedagang-keliling>
- Buchari, V. dan A. (2013). *Islamic Economic*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Idri. (2015). *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedis Grup.
- Karim, A. (2010). *Ekonomi Mikro Islam*.

- Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, S. H., & Bahrudin. (2020). Efektivitas kerajinan tenun bagi masyarakat prespektif ekonomi islam (studi kasus di desa sukarare kec. Jonggat kab. Lombok tengah). *Discovery : Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(2), 86–93.
- Mannan, M. A. (1993). *Ekonomi Islam Teori dan Praktek Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Moleong, L. J. (1991). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursal, M. (2017). Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah: Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 1(1), 75–84.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggegas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nezhad Haj Ali Irani, F., Reza Noruzi, M., Papavasileiou, E. F., Lyons, S. T., Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Hirekhan, M. (2017). Kepemimpinan. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, IV(2), 29–38.
- Nizar, M. (2018). Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam. *Jurnal Istiqro*, 4(1), 94. Retrieved from
- Raihanah. (2018). Konsep Kejujuran Dalam Al-Qur'an (Studi pada Pedagang Pasar Sentral Antasari Banjarmasin). *Al-Iqtishadiyah Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, Volume: IV(2), 160–174. Retrieved from
- Rangkuti, A. (2017). Konsep Keadilan dalam Perspektif Islam. *Jurnal Penidikan Islam*, VI(1), 1–21.
- Rohmati, D., Anggraini, R., & Widiastuti, T. (2018). Maqāṣid al-Sharī'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 295.
- Shihab, M. Q. (1996). *Wawasan Islam*. Bandung: Mizan.
- Sholekhah, M. A. (2018). Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Berdagang Pada Pusat Niaga Palopo. *DINAMIS:Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(2), 1–8.
- Sleman, P. (2020). Pembagian Wilayah Administrasi Kabupaten Sleman. Retrieved from <http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah>
- Sudarsono. (2003). *Ekonomi Islam dalam Sistem Ekonomi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suhadi, M. D. (2015). Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 67–92.
- Suharismi Arikunto. (1995). *Dasar – Dasar Research*. Bandung: Tarsoto.
- Sulistyowati, S. (2017). Rancang Bangun Dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam. *Istithmar: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 1(2).
- Suryadarma, D. (2007). The Impact of Private Sector Growth on Poverty Reduction : Evidence from Indonesia. *Growth (Lakeland)*, 1(April), 1–26.
- Syaparuddin. (2010). Ekonomi Islam: Solusi terhadap Berbagai Permasalahan Sosial-Ekonomi. *Muqtasid*, 1(1), 1–19.
- Veithzal, A. B. (2013). *Islamic Economic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zain, A. (2019). Khilafah dalam Islam. *Al-Idarah : Jurnal Managemen Dan Administrasi Islam*, 3(1), 95–108.
- Zulkifli, Z. (2018). Tuntutan Keadilan Perspektif Hukum Islam. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 17(1), 137.