

**STRATEGI MEWUJUDKAN PASAR NIAGA DAYA MENJADI
PASAR ISLAMI BERBASIS FAST (FATHONAH, AMANAH,
SIDDIQ, TABLIQ) DI DAYA KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

**SAINA NIRWANA
105740005415**



**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2019**

**STRATEGI MEWUJUDKAN PASAR NIAGA DAYA MENJADI
PASAR ISLAMI BERBASIS FAST (FATHONAH, AMANAH,
SIDDIQ, TABLIQ) DI DAYA KOTA MAKASSAR**

Oleh
SAINA NIRWANA
NIM 105740005415



**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2019**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO HIDUP

“Nikmati proses yang kamu jalani, karena sesungguhnya proses adalah penentu hasil yang akan kamu digapai, ayo tanamkan dalam diri bahwa proses itu tidak akan pernah mengkhianati hasil. Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah ayat 5). Sabar menanti adanya kelapangan adalah solusi paling ampuh dalam menghadapi masalah, bukan mengeluh dan berkeluh kesah.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga besar saya terkhususnya kedua orang tua saya yang tercinta dengan penuh kasih dan sayang, keikhlasan, dan kesabran yang telah mendidik dan membina saya dari kecil hingga dewasa. Semoga Allah SWT meridhoi segala amal ibadah dan dilipat



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedung iqra lt. 7 Telp. (0411)-866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar
Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*)
di Daya Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Saina Nirwana
No.Stambuk/NIM : 105740005415
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

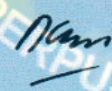
Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diujikan didepan Panitia
Penguji Skripsi Strata 1 (S1) pada hari Rabu, 04 September 2019 di ruangan
IQ.7.1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 04 September 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. Abd. Rahman Rahim, SE., M.M
NIDN : 0925086302


Agusdiwana Suarni, SE., M.Acc
NIDN. 0904088601

Mengetahui,


Dekan
Isma'il Rasulong, SE., MM
NBM : 903 078


Ketua Program Studi
Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC
NBM : 100 5987



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedung iqra lt. 7 Telp. (0411)-866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Saina Nirwana Nim : 105740005415, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0002/SK-Y/60202/091004/2019 M, Tanggal 04 September 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 04 Muharram 1441 H
04 September 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. Abd. Rahman Rahim, SE., M.M (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. A. Ifayani Haanurat, MM (.....)
2. Moh. Aris Pasigai, SE., MM (.....)
3. Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
4. Agusdiwana Suarni, SE., M.Acc (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar





**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedung iqra lt. 7 Telp. (0411)-866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saina Nirwana
Stambuk : 10540005415
Program Studi : Ekonomi Islam
Dengan Judul : "Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Daya Kota Makassar."

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 04 September 2019

Yang Membuat Pernyataan,


Saina Nirwana

Diketahui Oleh:

Dekan


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903 078

Ketua Program Studi


Agusdiwana Suarni, SE., M.Acc
NBM : 100 5987

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat, dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) di Daya Kota Makassar.”**

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Alm. H. Bumbung dan ibu Hj. Markisa yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Serta seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Rahim, SE., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Agusdiawana Suarni, SE., M.Acc., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Rahim, SE., MM., Selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Agusdiawana Suarni, SE., M.Acc., Selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Ibu/Bapak dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam angkatan 2015 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis
9. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kepada semua pihak utama para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Makassar, 04 September 2019

Penulis

Saina Nirwana



ABSTARK

Saina Nirwana, Tahun 2019 Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Pasar Niaga Daya, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., M.M dan Pembimbing II Agusdiawana Suarni, SE., M.Acc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Daya Kota Makassar dan mengetahui manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif yang berupa data-data tertulis atau lisan orang-orang (informan) serta perilaku yang diamati. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, pengamatan (observasi), dan dokuman. Kemudian diolah menggunakan deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa mewujudkan perdagangan Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) yaitu dengan membuat program-program yang dapat menumbuhkan kesadaran para pedagang terutama kesadaran akan menanamkan sifat FAST yaitu *Fathonah* (kreatif dan cerdas), *Amanah* (kepercayaan), *Siddiq* (nilai-nilai kejujuran dan transparansi), *Tabliq* (Saling menghargai) dengan cara membentuk IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah). Adapun manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, para pedagang bisa bersaing dengan sehat, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelolalah pasar dan antara pedagang dengan pembeli. Selain itu, para pedagang di Pasar Niaga Daya juga bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena mencari rezeki berdagang dengan cara FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) sehingga bisa mendapat keberkahan dari Allah SWT.

Kata Kunci: Perdagangan Islami dan FAST.

ABSTARCT

Saina Nirwana, 2019 *Strategies to Realize Daya Commercial Markets into FAST Based Islamic Markets (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) in the Niaga Daya Market*, Thesis of Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Makassar. Guided by Supervisor I Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., M.M and Advisor II Agusdiawana Suarni, SE., M.Acc.

This study aims to determine the strategy of realizing the Daya Commercial Market into a FAST-Based Islamic Market (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) in Makassar City Power and knowing the benefits of Islamic trade for traders in the Niaga Daya Market. This type of research used in this study is field research that produces descriptive data in the form of written data or the oral content of people (informants) and observed behavior. While the data analysis techniques used in this study were interviews, observations, and documents. Then processed using qualitative descriptive. Based on the results of the study it can be concluded that realizing Islamic trade based on FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) is by creating programs that can foster the awareness of traders, especially the awareness of instilling FAST traits namely Fathonah (creative and intelligent), Amanah (trust), Siddiq (values of honesty and transparency), Tabliq (Mutual respect) by forming IPPS (Sharia Market Traders Association). As for the benefits of Islamic trade for traders in the Commercial MarketMarket that is, the community will be interested in shopping in the Commercial Market market, the traders can compete healthily, establish a good friendship between fellow traders, between traders with market managers and between traders and buyers. In addition, traders in the Niaga Daya Market can also benefit both worldly and the hereafter. Because looking for sustenance to trade by means of FAST (Fhatonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) so that they can get blessing from Allah SWT.

Keywords: Islamic Trading and FAST.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xv
DAFTARLAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penulisan	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori.	6
1. Pengertian Strategi	6
2. Pengertian Pasar	7
3. Pengertian FAST (<i>Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq</i>)	11

B. Tinjauan Empiris	21
C. Kerangka Konsep	25
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Fokus Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	31
D. Sumber Data.....	32
E. Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Teknik Analisis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
B. Hasil Penelitian	57
1. Strategi Mewujudkan Perdagangan Islami Berbasis FAST (<i>Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq</i>) di Pasar Niaga Daya	57
2. Manfaat Pedagangan Islami Bagi Para Pedagang di Pasar Niaga Daya	60
C. Pembahasan.....	61
1. Perdagangan Islami Berbasis FAST (<i>Fathonah, Amanah, Siddiq,</i> <i>Tabliq</i>)	61
2. Manfaat Pedagangan Islami	70
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
DAFTAR LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Data Informan Pedagang di Pasar Niaga Daya	33
Tabel 3.2	Data Informan Pembeli di Pasar Niaga Daya	34
Tabel 3.3	Data Informan Pengelola Pasar Niaga Daya	34
Tabel 3.4	Panduan Observasi	35
Tabel 3.5	Data Informan	37
Tabel 3.6	Daftar Pertanyaan untuk Informan	39
Tabel 4.1	Data Potensi Pedagang di Pasar Niaga Daya Tahun 2019	48
Tabel 4.2	Daftar Lokasi Pedagang Kaki Lima dalam Pasar dan Radius 100 M dari Pasar	50
Tabel 4.3	Daftar Pedagang di Pasar Niaga Daya	52

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konsep	29
Gambar 2.2	Kerangka Pikir	30
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Unit Pasar Niaga Daya	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Tabel Lampiran 1 Penelitian Terdahulu
2. Tabel Lampiran 2 Panduan Pertanyaan
3. Tabel Lampiran 3 Reduksi
4. Reduksi
5. Tabel Lampiran 4 Reduksi
6. Foto-Foto Wawancara Bersama Informan
7. Surat Izin Penelitian dari LP3M atau UNISMUH Makassar
8. Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal
9. Surat Izin dari Badan Kesatuan dan Politik
10. Surat Izin dari PD Pasar Makassar Raya Kota Makassar
11. Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Pasar Niaga Daya



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan wadah bagi kegiatan masyarakat dalam melakukan perdagangan yang bertujuan sebagai pondasi dasar perekonomian suatu wilayah. Pasar tradisional merupakan sebuah wadah dimana penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung untuk bertransaksi dalam pemenuhan kebutuhan, bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los atau lapak, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Pasar sudah menjadi fasilitas yang sangat penting bagi masyarakat karena pasar berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Pasar yang selama ini berkembang khususnya di Indonesia hanya tertuju pada upaya pemaksimalan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya semata dan cenderung terfokus pada kepentingan sepihak. Sistem tersebut nampaknya kurang tepat dengan sistem ekonomi syariah yang menekankan konsep manfaat yang lebih luas pada kegiatan ekonomi termasuk di dalamnya mekanisme pasar dan pada setiap kegiatan ekonomi itu mengacu kepada konsep maslahat dan menjunjung tinggi asas-asas keadilan. Selain itu pula, menekankan bahwa pelakunya selalu menjunjung tinggi etika dan aturan hukum dalam kegiatan ekonomi, realisasi dari konsep syariah itu memiliki tiga ciri yang mendasar yaitu: prinsip keadilan, menghindari kegiatan yang dilarang, dan memperhatikan aspek kemanfaatan (Ali: 2016).

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Attensi Islam dalam jual beli sebagai salah satu sendi perekonomian dapat dilihat dalam surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
قَوْلُنِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Terjemahannya:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melaikan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 275).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, pasar tradisional di Sulawesi Selatan berjumlah 940 unit. Adapun jumlah pasar tradisional yang berada di kota Makassar yang di kelola Perusahaan Daerah (PD) Makassar Raya berjumlah 20 unit pasar yaitu: Pasar Niaga Daya, Pasar Terong, Pasar Butung, Pasar Kampung Baru, Pasar Pannampu, Pasar Kalimbu, Pasar Kerung-Kerung, Pasar Marica, pasar Cendrawasih, Pasar Sawah, Pasar Mamajang, Pasar Sambung Jawa, Pasar Sentral, Pasar Pa’baeng-Baeng, Pasar Tamalate, Pasar Parang Tambung, Pasar Panakukang, Pasar Mandai, Pasar Darurat Utara, dan Pasar Darurat Selatan (Suhariyanto: 2017).

Setiap unit pasar memiliki kepala unit atau lebih dikenal sebagai kepala pasar yang bertanggung jawab langsung kepada Direksi Perusahaan Daerah (PD) Pasar Makassar Raya, dari 20 unit pasar tradisional tersebut penulis telah

memilih satu unit pasar tradisional sebagai lokasi penelitian yang memiliki karakteristik dan ciri khasnya untuk merepresentasikan seluruh pasar tradisional di kota Makassar. Pasar tersebut adalah Pasar Niaga Daya yang berada di Kelurahan Daya, Kec. Biringkanaya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

Pasar Niaga Daya Memiliki 10 Blok yang terdiri dari: Blok A sebanyak 130 kios (130 aktif), Blok B sebanyak 140 kios (108 aktif, 32 tidak aktif), Blok C sebanyak 128 kios (125 aktif, 3 tidak aktif), Blok D sebanyak 128 kios (105 aktif, 23 tidak aktif), Blok E sebanyak 118 kios (71 aktif, 37 tidak aktif), Blok F sebanyak 96 kios (50 aktif, 46 tidak aktif), Blok G sebanyak 80 kios (64 aktif, 16 tidak aktif), Blok H sebanyak 80 kios (58 aktif, 22 tidak aktif), Blok I sebanyak 72 kios (40 aktif, 32 tidak aktif), Blok J sebanyak 60 kios (20 aktif, 30 tidak aktif). Selain itu, Pasar Niaga Daya memiliki ruko sebanyak 5 Blok yang terdiri dari: Blok 1 sebanyak 74 ruko (73 aktif, 1 tidak aktif), Blok 2 sebanyak 26 ruko (14 aktif, 12 tidak aktif), Blok 3 sebanyak 64 ruko (64 aktif), Blok 4 sebanyak 50 ruko (50 aktif), Blok 5 sebanyak 47 ruko (44 aktif, 3 tidak aktif).

Potensi Pasar Niaga Daya sangatlah besar dari segi jumlah bangunan baik itu ruko, maupun kios. Namun, kenyataannya tidak semua bangunan yang ada terisi. Banyaknya ruko maupun kios yang tidak aktif atau tidak ditempati oleh pedagang. kenyataannya lokasi pasar ini sangat luas. Luas bangunan Pasar Niaga Daya 3500 m² dan luas tanahnya 12.222 m².

Pasar Niaga Daya rentang dengan sejumlah kecurangan (misalnya: seorang pedagang melakukan kecurangan melalui timbangan dengan memanfaatkan selisih timbangan di tengah lonjakan harga, pedagang berkata timbangannya pas 1 kg tapi kenyataannya timbangan tersebut kurang dari 1 kg),

penipuan (misalnya: seorang pembeli menginginkan celana yang size 27 tapi pedagang sudah kehabisan stok terkadang pedagang menipu pembeli dengan menukar size celana ukuran 28 menjadi 27), dan perbuatan ketidakadilan yang menzalimi pihak lain (misalnya: seorang pedagang yang menjelek-jelekkan pedagang yang lainnya demi mengklariskan barang dagangannya).

Berdasarkan uraian diatas, dengan adanya IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) memberikan manfaat kepada para pedangan dan tentu saja juga sangat bermanfaat bagi pembeli. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Daya Kota Makassar.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, maka yang jadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi mewujudkan perdagangan Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Pasar Niaga Daya?
2. Apa manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana strategi mewujudkan pedagang Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Pasar Niaga Daya.
2. Mengetahui apa manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

a. Bagi Universitas Muhammadiyah Makassar

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tugas akhir di bidang ekonomi. Khusus kaitannya dalam kegiatan ekonomi di bidang usaha barang, jasa, dan pemasarannya. Juga dapat pula menambah koleksi Karya Ilmiah bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

b. Bagi Pedagang Pasar Niaga Daya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi Pedagang Pasar Niaga Daya dalam melihat kondisi pasar saat ini, dan bagaimana dalam menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti untuk lebih memahami kegiatan ekonomi secara langsung yang bertitik fokus pada kegiatan usaha dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

2. Manfaat secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi pedagang di pasar Niaga Daya dalam menjalankan usahanya. Khususnya dalam melihat kondisi lingkungan dan menentukan startegi pemasaran yang di Ridhoi oleh Allah SWT, serta dapat digunakan sebagai pertimbangan pihak pengelola pasar dalam mengambil keputusan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi secara Bahasa berarti siasat perang, ilmu siasat perang, tempat yang baik menurut siasat perang, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. Sedangkan secara istilah strategi berarti suatu perencanaan yang cermat dari segala kegiatan yang hendak dilaksanakan agar dapat mencapai sasaran sesuai dengan yang diharapkan (Sofyan: 2015). Strategi juga defenisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak pada tujuan jangka panjang organisasi di sertai suatu penyusunan, langkah-langkah, dan upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Sedarmayanti: 2014).

Strategi merupakan parameter-prameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan langkah-langkah bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu (organisasi) perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan startegi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluan lingkungan (Anoraga: 2014). Adapula yang beranggapan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incrental (mengikat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para

pelanggan di masa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan komperensi inti (Slamet: 2014).

Berdasarkan dari beberapa pengertian strategi di atas maka Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. Strategi memperhatikan arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Strategi juga memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan menuver teknis tetapi dengan menggunakan prespektif jangka panjang (Herawati dan Sunarto: 2014).

2. Pengertian Pasar

a. Pasar Konvensional

Pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Pasar sangatlah penting dalam Islam karena pasar dapat mempengaruhi perekonomian suatu wilayah. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah dijalani selama berabad-abad (P3EI: 2014).

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang dasar produksi baik untuk memproduksi barang

maupun jasa. Secara umum, semua orang atau industri berperan ganda yaitu sebagai pembeli dan penjual (Karim: 2014).

Kata “pasar” dalam bahasa ekonomi merujuk pada pasar dalam arti kongkrit dan pasar dalam arti abstrak. Pasar kongkrit adalah tempat transaksi saat para pembeli dan penjual bertemu, contohnya seperti Pasar Butung dan Pasar Pabaeng-Baeng. Di sisi lain, pasar abstrak tidak mengenal tempat, contohnya pasar domestik, pasar modal, pasar tenaga kerja, pasar emas, dan sebagainya. Pasar merupakan tempat bertemunya dua pihak dengan berbagai kepentingan dengan posisi sebagai pembeli di satu sisi, dan penjual di sisi lainnya dengan berbagai macam transaksi di dalamnya (Hartono: 2014).

Pasar adalah jantung perekonomian bangsa. Maju atau mundurnya perekonomian bangsa bergantung pada kondisi pasar. Pasar mempertemukan antara pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa (*supply and demand*). Pasar adalah tempat yang menampung hasil produksi dan menjualnya kepada mereka yang membutuhkan untuk memudahkan adanya tukar-menukar dalam memenuhi kebutuhan diciptakannya pasar (Zizi: 2013).

Berdasarkan redaksi diatas, maka Penulis dapat menyimpulkan bahwa Pengertian Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli dalam melaksanakan transaksi barang dan jasa, pasar terbagi dua yaitu pasar kongkrit dan pasar abstrak.

b. Pasar Syariah

Pasar syariah adalah pasar yang berarti dalam praktik transaksi jual beli di pasar tersebut barang yang diperjual-belikan harus halal dan

sesuai dengan syariat Islam. Halal yang dimaksud berupa halal dzat mata dagangan dalam artian barang yang diperjual-belikan harus halal, serta halal maknawihnya yang berarti barang yang diperjual-belikan harus jelas dari mana saja asal-usulnya (Kadir: 2014).

Pasar syariah menerapkan prinsip jual beli dengan menggunakan akad ijarah mutahiyah bitamil yaitu sewa menyewa stand antara pemilik pasar dengan para pedagang dengan harga sewa yang sudah ditentukan. Dimana sewa menyewa yang berakhir dengan kepemilikan pada pihak pemilik karena merupakan pasar yang bersertifikat hak milik dimana tidak ada unsur jual-beli stand di dalamnya. Pasar Persaingan sempurna merupakan pasara yang di rekomendasikan oleh ekonomi Islam. Karena secara umum sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam ekonomi Islma mendorong transparansi, keadilan, dan distribusi yang merata wujudnya dalam sebuah pasar, dimana karakter-karakter seperti ini hanya terdpat dalam persaingan sempurna (Anwar: 2014)

Pasar syariah juga merupakan mekanisme pertukaran barang dan jasa secara alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian. Pasar juga merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun parktis. Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariat Islam, meskipun tetap dalam suasana bersaing.

Pasar Syariah itu dibangun atas dasar terjaminnya persaingan sehat yang dibingkai dalam nilai dan moralitas Islam, untuk menjamin agar kriteria ini tetap terjaga dengan baik diperlukan seorang *muhtasib*

yang memiliki peranan yang aktif dan permanen dalam menjaga mekanisme pasar yang Islami sehingga dapat dijadikan model bagi peran pemerintah terhadap pasar.

1) Pandangan Islam terhadap Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariat Islam seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai universal. Karena, penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah perniagaan harus dilakukan dengan cara yang baik berdasarkan prinsip saling ridha (*an taradin minkum*) sehingga tercipta nilai-nilai syariat Islami tersebut.

Mekanisme pasar dalam Islam tidak bisa dianggap sebagai struktur atomistik. Memang Islam tidak menghendaki adanya koalisi antara para penawar dan peminta, tetapi Islam tidak mengesampingkan kemungkinan adanya akumulasi atau konsentrasi produksi selama tidak ada cara-cara yang tidak jujur digunakan dalam proses tersebut, dan kedua hal tersebut tidak melanggar prinsip-prinsip kebebasan dan kerjasama. Namun dalam praktiknya adanya akumulasi dan konsentrasi harta itu bisa mengundang campur tangan pemerintah. Campur tangan ini bisa berbentuk pengambil alihan produksi yaitu dimonopoli (oleh perorangan atau perusahaan tertentu) atau pengawasan dan penetapan harga oleh pemerintah (Nasution: 2013).

2) Peran Pasar dalam Ekonomi Islam

Peran pasar dalam sistem ekonomi Islam, pasar mempunyai enam peran strategis yaitu sebagai berikut:

- a) Pasar berperan dalam distribusi barang dan jasa,
- b) Pasar berperan dalam efisiensi produksi,
- c) Pasar berperan dalam distribusi pendapatan,
- d) Pasar berperan dalam menentukan upah,
- e) Pasar berperan dalam menentukan keuntungan,
- f) Pasar berperan dalam menentukan tingkat pengembalian hasil lahan (Rosalinda: 2014).

3. Pengertian FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*)

a. *Fathonah*

Fathonah dapat diartikan sebagai intelektual, 'kecerdikan atau kebijaksanaan'. Pemimpin perusahaan bersifat *fathonah* artinya pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Sifat *fathonah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim, karena untuk mencapai sang pencipta, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang diberikan olehnya. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas) Allah SWT berfirman:

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رُوسِي وَأَنْهَرًا وَمَنْ كُلَّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجِينَ مِثْلَ بَعْضِ اللَّيْلِ
الذَّهَارِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ۝ ۳

Terjemahnya:

"Dan Dia yang menghamparkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai di atasnya. Dan padanya Dia menjadikan semua buah-buahan berpasang-pasangan; Dia

menutupkan malam kepada siang. Sungguh pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.” (Q.S. Ar-Ra’d [13]: 3).

Salah satu ciri-ciri orang yang paling bertakwa adalah orang paling mampu mengoptimalkan potensi pikirnya, dalam Al-Quran orang yang senantiasa mengoptimalkan potensi pikirnya biasa disebut ulu *al-albab*, yaitu orang yang iman dan ilmunya berinteraksi secara seimbang (*Dynamic Equilibrium*). Adapun Firman Allah SWT yaitu sebagai berikut:

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ۝ ١٠٠

Terjemahnya:

“Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah dan Allah menimpakan azab kepada orang-orang yang tidak mengerti.” (Q.S. Yunus [10]: 100).

Implikasi ekonomi sifat *fathonah* dalam bisnis adalah segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar, dan bertanggung jawab tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku bisnis syariah juga harus memiliki sifat *fathonah*, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya lebih efektif dan efisien serta mampu mengalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) di masa yang akan datang.

Kecerdasan yang dimaksudkan disini adalah juga kecerdasan spiritual seperti yang dikatakan, Ary Ginanjar dalam bukunya yang sangat terkenal dan laris, yaitu: “kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (*hanif*), dan memiliki pola

pemikiran *tauhid (Inte-gralistik)*, serta berprinsip hanya karena Allah SWT.”

Sifat *fathonah* ini juga dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum. Sifat *fathonah* (perpaduan antara *'Alim dan hafidz*). Sifat *fathonah* pulalah, seperti yang diriwayatkan Imam Al-Bukhari yang mengantarkan nabi Muhammad SAW. (Sebelum menjadi nabi) mendapat keberhasilan dalam kegiatan perdagangan. Kita mesti mampu mengadopsi sifat ini jika ingin menjadi seorang pebisnis yang sukses di masa depan, terutama dalam menghadapi situasi persaingan (*Competitive Setting*) yang bukan hanya rumit (*Complicated*) dan canggih (*Sophisticated*), tetapi bahkan kadang-kadang menghadapi situasi yang kacau (*Chaos*). Kita juga harus mempunyai kecerdasan memprediksi situasi persaingan global kedepan dengan kemajuan dengan teknologi komunikasi yang demikian pesat, yang sudah tidak mengenal batas garis wilayah dan teritorial suatu negara.

Saat ini kita dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi bisnis ke manca negara hanya melalui perangkat komputer di dalam kamar tidur kita tanpa harus ke kantor bertemu klien secara langsung, atau malah meninjau perusahaan klien yang ada di negara tertentu. Di sini sifat *fathanah* kita perlu optimalkan (Mustafa: 2013).

b. *Amanah*

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. *Amanah* bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah *amanah*. *Amanah* juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat *amanah* karena Allah SWT menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara *amanah* yang diberikan kepadanya, Allah SWT Berfirman:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رُغُونَ ۝۸

Terjemahnya:

"Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanah-amanah dan janjinya." (QS Al-Mu'Minun [23]: 8).

Konsekuensi *amanah* adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit ataupun banyak, tidak mengambil lebih banyak dari pada yang dia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan fee, jasa, maupun upah buruh.

Amanah juga memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan padanya. *Amanah* dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada nasabah.

Allah SWT berfirman:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ

بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝۵۸

Terjemahnya:

"Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu.

Sungguhnya Allah Maha Melihat lagi Maha Mendengar.“ (Q.S. An – Nisa [4]: 58).

Sifat *amanah* ini bisa membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu Muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas yang tinggi bisa melahirkan masyarakat yang kuat. Karena dilandasi oleh saling percaya antara anggotanya, sifat *amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Praktik perdagangan yang Islami, dikenal adanya istilah “perdagangan atas dasar *amanah*”. Akad–akad *tijarah* yang menggunakan prinsip *mudharabah*, *murabahah*, *syirkah*, dan *wakalah*, diperlukan komitmen semua pihak atas *amanah* yang diberikan kepadanya. Adanya salah satu pihak yang khianat atas *amanah* yang dipercayakan kepadanya bisa mengakibatkan pembatalan akad perjanjian. Misalnya, pihak pengelola ternyata menggunakan uang tersebut untuk memperkaya diri sendiri, atau untuk bisnis yang diharamkan Allah SWT.

Integritas seseorang bisa terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara *amanah* yang diberikan kepadanya. Pebisnis yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya, dan integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) bagi nasabah, mitra bisnis, bahkan semua *stakeholder* dalam suatu bisnis. Bisnis yang didasarkan dengan nuansa syariah dapat bangkit, sepanjang sifat-sifat nabi Muhammad SAW tadi menjadi jiwa dari perilaku bisnisnya (Noviandani: 2015).

c. *Siddiq*

Siddiq adalah sifat Nabi Muhammad SAW artinya “benar dan jujur”. Jika seorang pemimpin, dia senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kepemimpinannya. Benar dalam mengambil keputusan-keputusan dalam perusahaan yang bersifat strategis, menyangkut visi/misi, dalam menyusun objektif dan sasaran serta efektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalnya dilapangan. Sebagai pemimpin perusahaan, dia selalu jujur, baik kepada *company* (pemegang saham), *customer* (nasabah), *competitor* (pesaing), maupun kepada *people* (karyawan sendiri), sehingga bisnis ini benar-benar berjalan dengan prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran.

Jika seorang pemasar atau pedagang, sifat *siddiq* (banar atau jujur) haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran atau perdagangan yang berhubungan dengan pelanggan dalam bertransaksi dengan nasabah dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Dia senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk atau barang yang dimiliki. Sekiranya dalam produk atau barang yang dipasarkan terdapat kelemahan atau cacat, maka dia menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat dalam produknya kepada calon pembeli. Inilah bisnis syari'ah yang diwarnai oleh sifat *shiddiq* nabi Muhammad SAW.

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itulah, Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa

memiliki sifat *siddiq* dan juga dianjurkan untuk menciptakan lingkungan yang *shiddiq*. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ۝١١٩

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar” (Q.S. At-Taubah [9]: 119).

Alangkah indahnya jika kita biasa menjalankan bisnis dengan sifat *siddiq* dan memengaruhi lingkungan bisnis kita dengan sifat *siddiq*. Kekotoran, kezaliman, kemunafikan, penipuan, dan keserakahan bisa lenyap dengan menghidupkan sifat-sifat *siddiq* di benak semua pelaku bisnis.

Dunia bisnis biasanya menampilkan kejujuran dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah dan itqan*), baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja). Termasuk memberikan informasi yang penuh kebohongan seperti iklan-iklan di media tulis dan elektronik. Bisnis yang dipenuhi kebohongan dan manipulasi tidak akan mendapat rahmat dan berkah dari Allah SWT (Alhasan: 2017).

d. *Tabliq*

Sifat *tabliq* artinya komunitatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabliq* akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan tutur kata yang tepat (*bi Al-hikmah*) jika merupakan seorang pemimpin

dalam dunia bisnis, ia haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainnya.

Jika seorang pemasar atau pedagang, dia harus menyampaikan keunggulan-keunggulan produk atau barang dagangannya dengan jujur dengan kata lain tidak berbohong dan tidak menipu pelanggan. Dia harus menjadi komunikator yang baik dan bisa berbicara benar dan *bi Al-hikmah* (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapannya “terasa berat” dan berbobot. Al-Qur’an menyebutnya dengan istilah *qaulansadidun* (pembicaraan yang benar dan berbobot). Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ
وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ٧١

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.” “Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung.” (Q.S Al-Ahzab [33]:70-71).

Picthall, seorang ahli komunikasi menerjemahkan kata-kata *qaulansadi* dan dengan dua cara. Pada surah al-ahzabayat 70-71, dia menerjemahkan dengan *speak words straight to the point* (bicaralah langsung kepada pokok persoalannya), tetapi pada surah Al-nisaayat 29, dia menerjemahkannya dengan *speak justly* (bicaralah yang benar). Keduanya menyampaikan makna yang tepat untuk kata sadidan, demikian pendapat Jalaludin Rahmat.

Orang yang mendapat hidayah dari Allah SWT. Memiliki pembicaraan yang benar, berbobot, dan benar (*qaulansadidan*). Mereka biasanya adalah orang-orang yang ibadanya baik, ahlaknya baik, tidak pernah meninggalkan tahajud, dan dalam bermuamalah pun selalu terpelihara dari bisnis yang transaksinya terlarang.

Alangkah mulianya jika dalam mengelola bisnis kita memiliki pemimpin, karyawan, atau pemasar yang bisa di percayakan karena kesalehan dan kejujurannya yang di cintai karna kepribadian dan kecerdasannya sehingga bisa menjadi panutan bagi siapa saja yang berinteraksi denganya. Kata-katanya selalu menjadi rujukan dan di dengarkan karna mengundang kebenaran dan memiliki makna yang dalam. Antisipasinya jauh ke depan menjangkau masa yang dilalui suatu bisnis.

Seorang pembisnis Islami selain harus memiliki gagasan-gagasan baru, juga harus mampu mengomunikasika gagasan-gagasannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkan, dalam bahasa Al-Quran disebut dengan *bi al-hikma* Allah SWT berfirman yaitu:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ - وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikma (bi al hikma) dan pelajaran yang baik, dengan dan berdebatlah mereka dengan cara yang baik. Sungguh Tuahnmu. Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S. Al-Nahl [16]: 125).

Makna yang tersirat dalam Ayat di atas yaitu: selain harus mampu berpenyampaian dengan baik, seorang pemimpin juga harus mampu

berargumentasi, berdialog, dan berdiskusi dengan baik. Maka dari itu, kami menganggap sifat *tabliq* ini merupakan salah satu *key success factors* dalam mengelola bisnis di masa depan.

Sifat *tabliq* dengan bahasanya yang *bi al-hikma*, artinya berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya dan diterima oleh akalinya, bukan berbicara sesuatu yang sulit di mengerti. Termasuk dalam kategori *bi al-hikmah* adalah berdiskusi melakukan presentasi bisnis dengan orang lain dengan bahasa yang mudah dimengerti sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan. Allah SWT berfirman sebagai berikut:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ۚ

Terjemahnya:

"Dan kami tidak mengutus seorang Rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah menyesatkan kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia yang Maha Perkasa dan Maha Bijaksana." (Q.S. Ibrahim [14]: 4).

Pengertiannya kini bukan sekedar bahwa orang-orang Cina hendaknya diajak bicara dengan bahasa Cina atau orang-orang Rusia harus menggunakan bahasa Rusia, tetapi maksud yang lebih dalam dari pemahamannya kini adalah bahwa orang-orang berpendidikan diajak berbicara dengan bahasa yang lebih ilmiah, orang-orang awam dengan bahasa yang lebih sederhana mudah di pahami, serta orang-orang bisnis dengan menggunakan bahasa bisnis.

Kita harus memahami budaya mitra bisnis kita, jika dia orang Jawa Timur, pakailah gaya bahasa Timur, yang terkesan yang lebih bebas, akrab, tanpa harus menjaga tata karma dan tutur kata yang lembut seperti

ketika ketemirekan bisnis yang berasal dari Jawa Tengah, sekalipun mereka sama-sama orang Jawa. Penyampaian yang benar telah disesuaikan dengan lawan bicara kita, niscaya akan menambah daya saing perusahaan (Amalia: 2015).

B. Tinjauan Empiris

Mar Atin Sholekhah (2018), judul penelitian “Implementasi Nilai-Nilai Islam dalam Berdagang pada Pusat Niaga Palopo”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai keislaman bagi pedagang pada Pusat Niaga Palopo tergolong dalam tingkatan sedang. Artinya tidak buruk dan tidak pula bisa dikatakan baik, namun setidaknya ada terbesit kesadaran dalam diri seorang wirausaha dengan mengikuti nilai-nilai Islam dalam berbisnis usaha.

Joko Fitra (2017), judul penelitian “Strategi Promosi Penjualan Ritel Tradisional (Studi pada Pedagang Sembako Pasar Karangsambung)”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang sembako di pasar Karangsambung menerapkan bentuk promosi penjualan seperti *point of purchase*, pemberian sampel produk, program pelanggan setia, hadiah langsung, dan hadiah untuk rujukan. Temuan penelitian menyatakan bahwa yang paling efektif untuk meningkatkan omset penjualan adalah hadiah untuk rujukan. Bagi orang yang sudah pernah terhubung dengan pedagang sembako dan merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar maka orang tersebut akan menerima hadiah sekitar 2-3% dari omset. Bahkan pada bentuk ini pedagang memiliki orang-orang kepercayaan pada tiap-tiap blok pemukiman.

Zaidah Kusumawati (2015), Universitas Darusalam Gorontalo. Judul penelitian “Peran Hisbah dalam Mekanisme Pasar Islami”. Adapun Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga Hisbah memiliki peran penting dalam mekanisme pasar Islami karena fungsi-fungsi ekonominya. Mekanisme pasar menjadi mekanisme terbaik dalam ekonomi pasar untuk mewujudkan harga keseimbangan dan memberikan keadilan bagi para pelaku pasar, dengan asumsi semua pelaku pasar bertindak wajar dan adil. Hisbah telah ada sejak awal peradaban Islam dan berperan dalam keberlangsungan ekonomi pasar saat itu, dan dilestarikan oleh beberapa negara Islam modern sebagai salah satu lembaga otoritas negara sehingga memiliki kewenangan luas dalam tugasnya.

Bagus Muhammad Ramadhan dan Muhammad Nafik Hadi Ryandono (2015), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Judul penelitian “Etos Kerja Islami pada Kinerja Bisnis pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Etos kerja Islami pada pedagang muslim di Pasar Besar Madiun berdampak positif terhadap kinerja bisnis dilihat dari peningkatan omset yang diperoleh, laba usaha, pangsa pasar, serta jumlah tenaga kerja yang bertambah. Implementasi etos kerja Islami dapat dilihat melalui Sembilan aspek etos kerja Islami yang meliputi kecanduan terhadap waktu, memiliki moralitas yang bersih, memiliki komitmen, istiqamah dan kuat pendirian, konsekuen dan berani menghadapi tantangan, orang yang kreatif, tangguh dan pantang menyerah, memperkaya jaringan silaturahmi, serta memiliki semangat perubahan.

Muh. Irawan (2015), Universitas Kutai Kartanegara (UNIKARTA). Judul penelitian “Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita (Studi

Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah)”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah dalam kaitannya dengan mekanisme pasar Islami telah memperkaya ekonomi Islam dengan jangkauan yang lebih luas bagi konseptualisasi dan aplikasinya. Dalam konteks idealita, mekanisme pasar Islami dapat menghasilkan harga yang adil bagi produsen dan konsumen, selama mekanisme pasar berjalan sempurna.

Citra Rahayu Indraswari dan Muhammad Naif Hadi Ryandono (2014), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Judul penelitian “Pengelolaan Konflik Aktivitas Bisnis Perspektif Islam pada Manajemen Pasar Induk Puspa Agro Jawa Timur”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik pengelolaan konflik dalam Islam yaitu strategi pengelolaan konflik kolaboratif yang memadukan tingkat keasertifan dan tingkat kooperatif secara seimbang. Strategi yang diterapkan oleh manajemen dalam mengatasi konflik aktivitas bisnis Pasar Induk puspa Agro adalah strategi pengelolaan konflik secara kolaboratif. Strategi ini mengedepankan pada kepedulian aktif semua pihak yang terfokus, komunikatif, dan empati. Pengelola memiliki fokus untuk mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas aktivitas bisnis sebagai salah satu unsur penting dalam pengelolaan organisasi.

M. Arif Hakim (2015), STAIN Kudus Jawa Tengah Indonesia. Judul penelitian “Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Islam Negara memiliki peran untuk mengatur dan mengawasi ekonomi, memastikan kompetisi di pasar berlangsung sempurna, informasi yang merata dan keadilan ekonomi. Dengan menggunakan pendekatan sejarah, dapat diketahui bahwa konsep tentang mekanisme pasar sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW

berdasarkan riwayat hadith. Pada masa selanjutnya, para ulama Muslim juga memberikan kontribusi pemikiran tentang mekanisme pasar secara komprehensif, seperti Abu Yusuf, Yahya bin Umar, Al-Ghazali, Ibnu Taymiyah, dan Ibnu Khaldun. Konsep tentang *supply and demand* dalam ekonomi Islam, menjadi salah satu faktor penentu harga. Dalam hal terjadi distorsi pasar, maka pemerintah boleh melakukan intervensi.

Nurul Mubarak (2017), judul penelitian “Strategi Pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami, Butik Calista telah sesuai menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran Islami dan telah menjalankan konten Islami yang terdiri atas tiga hal pokok pertama, penerapan karakteristik pemasaran Islami; kedua, penerapan etika bisnis Islami; ketiga, mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu: *Siddiq, Amanah, Fathonah*, dan *Tabliq*.

H. Ahmad Afan Zaini (2014), Sekolah Tinggi Agama Islam Raden Qosim Lowongan Jawa Timur. Judul penelitian “Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif ekonomi Islam”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna itulah yang memiliki kebenaran menurut syariat Islam. Oleh karena itu pula seharusnya saat ini kita menggunakan sistem Islam karena Islam telah mencontohkan bagaimana pasar itu seharusnya bergerak seperti yang terjadi pada masa khalifah Umar bin Khattab dan sistem tersebut berhasil menciptakan pasar persaingan yang sempurna. Jika ada sistem yang terbukti telah berhasil menciptakan asumsi-asumsi yang mendekati pasar berkeadilan yang diharapkan, lantas mengapa kita masih menggunakan sistem

yang jelas-jelas telah gagal dalam menciptakan pasar menuju pasar yang bersaing secara sempurna.

Erly Juliani (2016), Institusi Pasanten Sunat Drajat (INSUD) Lamongan Jawa Timur. Judul penelitian “Etika Bisnis dalam Persepektif Islam”. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.

C. Kerangka Konsep

Penulis dalam penelitian ini meneliti tentang “Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Daya Kota Makassar.” Pasar adalah area tempat jual beli atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Pasar Niaga Daya merupakan pasar tradisional yang berada di Kelurahan Daya, Kec. Biringkanaya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dua belah pihak yaitu pedagang (penjual) dan konsumen (pembeli) melakukan perdagangan, tetapi selain itu dibutuhkan juga orang ketiga yaitu pengelola pasar dimana pengelola pasar dapat menetapkan aturan dalam

perdagangan sehingga dapat menghindari terjadinya konflik antar pedagang, harga sesuai dengan kualitas barang. Menetapkan harga bagi pembeli sesuai dengan prinsip syariat Islam sehingga tidak merugikan pembeli maupun pedagang (Sutarso: 2017). Seperti halnya yang terjadi di pasar Niaga Daya sebagian pedagang berdagang tidak sesuai sistem syariat Islam, salah satu contohnya yakni pedagang yang menetapkan harga kepada pembeli dengan harga yang tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas barang tersebut. Sedangkan, diketahui bahwasannya pedagang di pasar Niaga Daya rata-rata mayoritas Islam. Keadaan ini memunculkan ide bagi penulis untuk merencanakan dan merumuskan strategi berdagang sesuai prinsip syariat Islam (perdagangan Islami).

Cara mewujudkan perdagangan yang sesuai prinsip syariat Islam (perdagangan Islami) yakni penulis menawarkan sebuah solusi yang bersifat suatu kewajiban bagi semua pedagang Pasar Niaga Daya yang disebut IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah).

IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) adalah sebuah komunitas dimana para pedagang pasar dan pihak pengelola pasar diwajibkan saling bertemu minimal 1 kali dalam seminggu tujuannya untuk membahas masalah-masalah yang terjadi dalam pasar dan menyelesaikan masalah tersebut. Disini pedagang pasar berhak mengeluarkan pendapat, saran, dan menyampaikan keluhannya. Sehingga para pedagang bisa bersaing secara sehat, dan mewujudkan perdagangan yang Islami.

Prinsip berdagang sesuai prinsip syariat Islam (perdagangan Islami) yakni: *Fathonah*, *Amanah*, *Siddiq*, dan *Tabliq*. Indikator *Fathonah* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kreatif, inovatif, cerdas, dan bijaksana

Indikator *Amanah* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: pelayanan yang optimal, bertanggung jawab, professional, dan menjaga kepercayaan. Indikator *Siddiq* yang digunakan dalam penelitian ini adalah transparansi, ketepatan (waktu, janji, dan pelayanan), tidak berbohong, ucapan dan perbuatan baik. Indikator *Tabliq* yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbicara yang sopan dan santun, saling menghargai, ibadahnya baik, dan berakhlak baik. (Superti: 2017). Indikator-indikator tersebut dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk kesejahteraan, ketentraman, dan kedamaian. Bagi para pedagang, pembeli, dan pengelola pasar di pasar Niaga Daya.

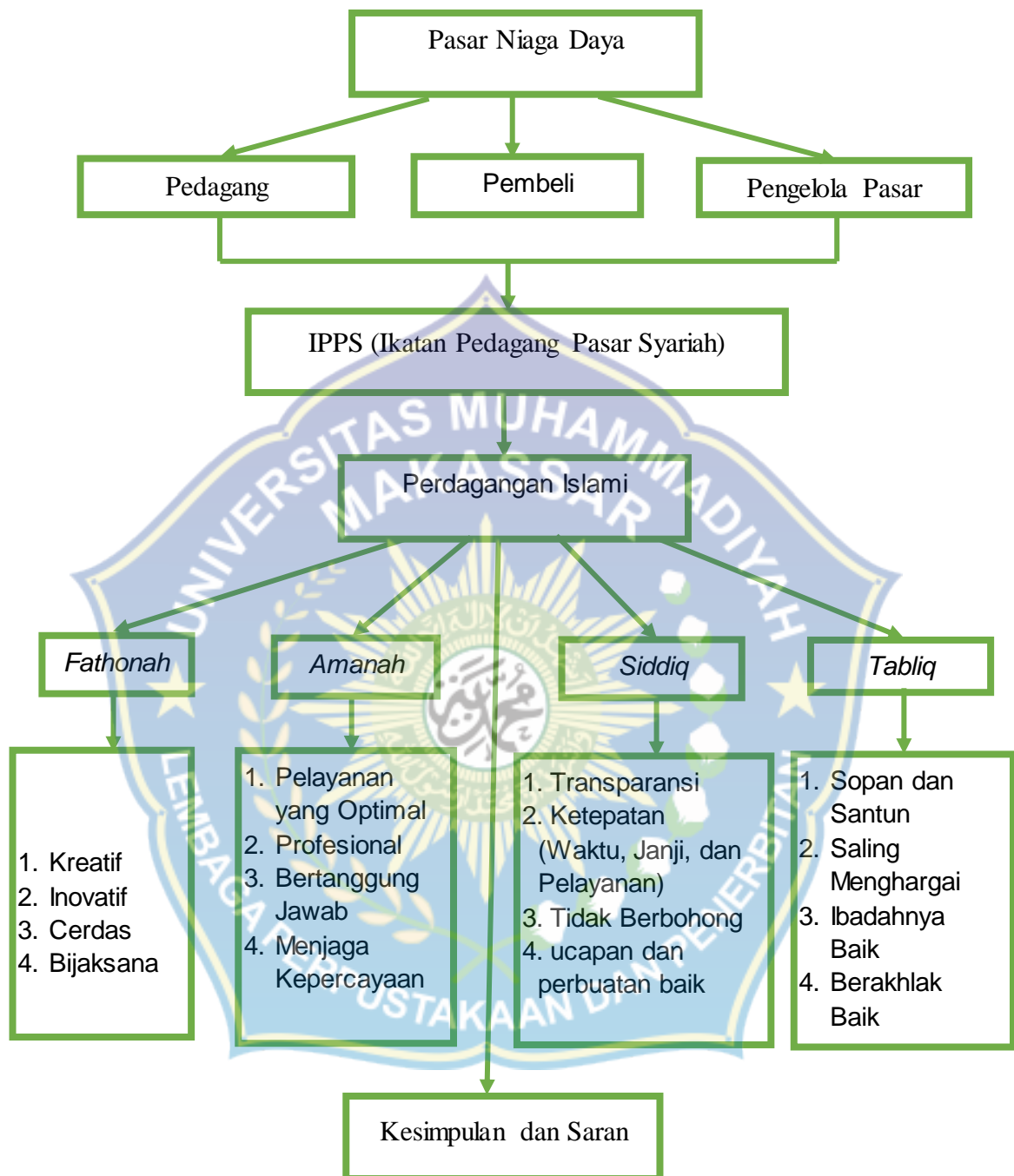
Kreatif adalah suatu kemampuan dalam menciptakan hal-hal baru atau cara-cara baru yang berbeda dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Inovatif adalah kemampuan mengembangkan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih baik. Cerdas adalah seseorang yang tajam pikirannya, orang cerdas tidak berpaku pada teori namun lebih terhadap pemahaman konsep, bagi orang cerdas senjata utamanya adalah logika, dan pengetahuan yang Dia dapat dari teori hanyalah sebagai pendukung. Bijaksana adalah sikap positif seseorang dimana Dia dapat berperilaku adil, memiliki tujuan yang berlandaskan hal yang jelas, dan dapat menempatkan tugas dengan baik (Heri: 2013).

Pelayanan yang optimal adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Profesional adalah orang yang berdisiplin dalam pekerjaannya atau sikap yang mengacu pada peningkatan kualitas profesi. Bertanggung jawab adalah suatu perbuatan untuk siap menanggung segala sesuatu hal yang muncul sebagai akibat dari dilakukannya suatu aktivitas tertentu. Menjaga kepercayaan adalah sesuatu yang sangat berharga bagi kehidupan khususnya dilingkungan sosial dimana

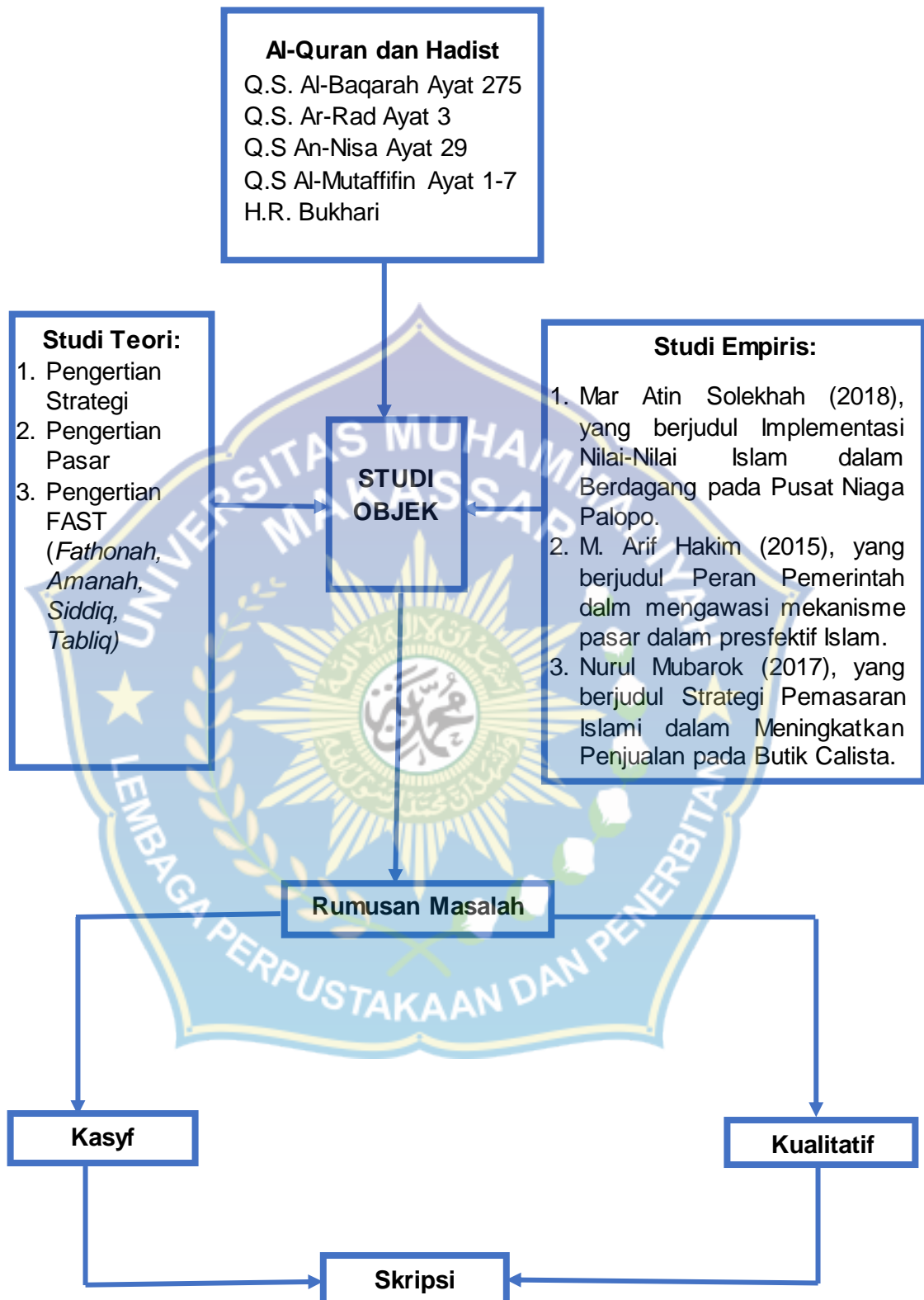
manusia saling berinteraksi dengan manusia yang lainnya, saling tolong menolong, dan untuk mempererat hubungan (Husni: 2016).

Transparansi adalah sesuatu hal yang tidak ada maksud tersembunyi di dalamnya dengan kata lain keterbukaan dalam memberikan informasi tanpa ada rahasia. ketepatan (waktu, janji, dan pelayanan) adalah perilaku disiplin atau tidak terlambat, perilaku tidak ingkar apabila berjanji, memberikan pelayanan yang cepat atau tidak terlambat dalam melayani. tidak berbohong adalah berbicara apa adanya dan yang disampaikan itu sesuai dengan kenyataan. ucapan dan perbuatan baik adalah apabila berbicara dengan seseorang harus berbicara yang sopan dan santun serta menunjukkan sikap yang ramah (Superti: 2017).

sopan dan santun adalah suatu bentuk tingkah laku yang baik dan halus serta diiringi sikap menghormati orang lain menurut adat yang baik ketika berkomunikasi dan bergaul yang bisa ditunjukkan kepada siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Saling menghargai adalah suatu sikap yang terpuji dimana seseorang dapat menghargai orang lain, ibadahnya baik adalah memperhambakan diri kepada Allah SWT dan taat melaksanakan segala perintah dan anjuran-Nya, serta menjauhi larangan-Nya karena Allah SWT semata, baik dalam bentuk kepercayaan, perkataan, maupun perbuatan, seseorang yang ibadahnya baik berusaha melengkapi dirinya dengan perasaan cinta, tunduk, dan patuh kepada Allah SWT. Berahlak baik adalah bersikap baik kepada orang lain yang memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun bagi orang lain (Mustafa: 2013).



Gambar 2.1
Kerangka Konsep



Gambar 2.2
Kerangka Piikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana masalah yang diajukan di dalamnya ditentukan pada masalah operasional. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Berdasarkan rangkaian teori tentang penelitian kualitatif tersebut, peneliti berkeyakinan untuk menggunakan metode penelitian deskriptif, karena pada penelitian ini memusatkan pada deskripsi data yang berupa kalimat-kalimat yang mendalam, yang berasal dari informan dan perilaku berbagai hal yang ada relevansinya dengan Pasar Niaga Daya.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana strategi mewujudkan perdagangan yang Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Pasar Niaga Daya dan apa manfaat perdagangan Islami bagi pedagang di Pasar Niaga Daya.

C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar Niaga Daya yang beralamat di Kelurahan Daya, Kec. Biringkanaya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini mengangkat studi kasus tentang strategi mewujudkan perdagangan Islami di pasar Niaga Daya dan manfaat perdagangan Islami bagi pedagang di pasar Niaga Daya. Adapun alasan dipilihnya Pasar Niaga

Daya karena pada saat awal penelitian penulis mengetahui bahwa di Pasar Niaga Daya mayoritas pedagang adalah orang Islam.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan yaitu mulai tanggal 22 Juli 2019 sampai dengan tanggal 22 September 2019. Dimensi waktu pada penelitian ini adalah studi satu tahap, yaitu penelitian yang datanya di kumpulkan sekaligus. Data yang dikumpulkan dapat berupa data dari satu atau beberapa subjek penelitian yang mencakup satu atau beberapa periode waktu (hari, minggu, dan bulan). Pengumpulan data dilakukan sekaligus melalui metode survey. Setelah itu peneliti tidak melakukan survey lagi terhadap responden yang sama. Studi satu tahap (*one shoot studi*) adalah desain yang digunakan untuk meneliti satu kelompok dengan diberi satu kali perlakuan dan pengukurannya dilakukan satu kali (Wiharyanto: 2013).

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh, dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer, data sekunder, dan data informan.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya, data primer juga kadang disebut sebagai data utama (data pokok) yang diperoleh dari lapangan (tempat penelitian) dengan melakukan observasi, melakukan pengamatan terhadap kegiatan jual-beli dan kejadian di Pasar Niaga Daya, serta melakukan wawancara secara langsung terhadap informan. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk membantu menjawab pertanyaan riset atau penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data primer (data pokok) yang bisa memperkuat data atau sumber data yang mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian, yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, dan internet (website).

3. Data Informan

Data Informan merupakan data yang dikumpulkan dari aktor-aktor atau informan yang terlibat di dalamnya, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 5 orang pedagang, 5 orang pembeli, dan 5 orang pengelola pasar.

Tabel 3.1
Data Informan Pedagang di Pasar Niaga Daya

No	Nama	Usia	Lama Berdagang	Jenis Usaha	Inisial
1	Ardi Kusuma	45 Tahun	10 Tahun	Pedagang Pakaian	AK
2	Sumarni	37 Tahun	11 Tahun	Pedagang Sandal dan Sepatu	SM
3	Rusdi Saputra	38 Tahun	7 Tahun	Pedagang Sembako	RS
4	Harni Yanti	39 Tahun	14 Tahun	Pedagang Kosmetik	HY
5	Muhammad Amir	20 Tahun	3 Tahun	Pedagang Sayuran	MA

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

Tabel 3.2
Data Informan Pembeli di Pasar Niaga Daya

No	Nama	Usia	Status	Pekerjaan	Inisial
1	Desi Restiani	24 Tahun	Pembeli Pakaian	Guru	DR
2	Widia Ningsih	20 Tahun	Pembeli Sandal dan Sepatu	Wiraswasta	WN
3	Muliati	42 Tahun	Pembeli Sembako	Guru	MI
4	Hasriani	39 Tahun	Pembeli Kosmetik	Wiraswasta	HA
5	Hirma	40 Tahun	Pembeli Sayuran	Guru	HM

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

Tabel 3.3
Data Informan Pengelola Pasar Niaga Daya

No	Nama	Usia	Lama Kerja	Jabatan	Inisial
1	Sirajuddin Patappe	55 Tahun	1 Tahun	Kepala Pasar	SP
2	Sinar Alam	49 Tahun	1 Tahun	KAUR Umum	SA
3	Jasmadi	41 Tahun	1 Tahun	Staf Adm/Keuangan	JM
4	Masdar	47 Tahun	2 Tahun	Kolektor	MD
5	Rafiuddin	55 Tahun	2 Tahun	Koordinator Keamanan dan Kebersihan	RU

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

E. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, diperlukan adanya metode pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian. Maka, penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Kegiatan tersebut berhubungan dengan proses jual beli di pasar Niaga daya. Observasi biasa juga disebut penelitian yang dilakukan secara sistematis dan sengaja dilakukan dengan menggunakan indra penglihatan untuk melihat kejadian yang berlangsung serta langsung menganalisis kejadian tersebut langsung pada waktu kejadian tersebut berlangsung. Jadi, pada penelitian ini observasi digunakan untuk mendapatkan data tentang strategi berdagang yang sesuai dengan syariat Islam di pasar Niaga Daya. Penelitian observasi (lapangan) ini dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun langkah-langkah yang digunakan adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap pedagang, pembeli, dan pengelola pasar di pasar Niaga Daya untuk memperoleh gambaran yang nyata.

Tabel 3.4
Panduan Observasi

No	Komponen	Indikator
1	Proses Jual-Beli	a. Cara pedagang melayani pembeli b. Cara pedagang berbicara kepada pembeli

No	Komponen	Indikator
		c. Cara pedagang bersikap kepada pembeli d. Cara pedagang menawarkan barang dagangannya kepada pembeli e. Cara pedagang menjual barang dagangannya kepada pembeli f. Cara pembeli dalam membeli barang di Pasar Niaga Daya.
2	Perilaku Pengelola Pasar	a. Perilaku di dalam Pasar b. Perilaku di luar Pasar.

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dengan pewawancara untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya, dengan kata lain wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara semistruktur. Jenis wawancara ini dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancara diminta pendapat dan ide-idenya, pada penelitian ini wawancara diajukan kepada para pedagang, pengelola pasar, dan pembeli, agar peneliti mendapatkan data sistem perdagangan di pasar Niaga Daya serta bisa mendapatkan strategi dalam mewujudkan perdagangan yang Islami di pasar Niaga Daya.

Tabel 3.5
Data Informan

No	Kriteria	Bidang	Jumlah
1	Pengelola Pasar	a. Ketua Unit Pasar b. Kaur Umum c. Staf Adm/ Keuangan d. Kolektor e. Koordinator Keamanan dan Kebersihan	5 Orang
2	Pedagang	a. Pedagang Pakain b. Pedagang Sandal/Sepatu c. Pedagang Sembako d. Pedagang Kosmetik e. Pedagang Sayuran	5 Orang
3	Pembeli	a. Pembeli Pakaian b. Pembeli Sandal/Sepatu c. Pembeli Sembako d. Pembeli Kosmetik e. Pembeli Sayuran	5 Orang

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

Penulis memilih informan-informan di atas karena beberapa alasan yaitu, Penulis memilih beberapa pengelola pasar yang terdiri dari: Ketua Unit Pasar, Kaur Umum, Staf Adm/Keuangan, Kolektor, serta Koordinator keamanan dan kebersihan sebagai informan kerana pengelola pasar tersebut sudah dapat mewakili pengelola pasar yang lainnya, pengelola pasar tersebut lebih memiliki peranan yang penting daripada pengelola pasar lainnya, dan pengelola pasar tersebut lebih bisa mengatur pengelola pasar yang lainnya.

Penulis memilih beberapa pedagang yang terdiri dari: pedagang pakaian, pedagang sandal/sepatu, pedagang sembako, pedagang kosmetik, dan pedagang sayuran sebagai informan karena pedagang-pedagang tersebut memiliki ciri khas, karakteristik tersendiri, dan penulis lebih mudah untuk melakukan wawancara dengan pedagang-pedagang itu.

Adapun penulis memilih beberapa pembeli yang terdiri dari: pembeli pakaian, pembeli sandal/sepatu, pembeli sembako, pembeli kosmetik, dan pembeli sayuran sebagai informan karena penulis menyesuaikan dengan informan pedagang agar penulis lebih mudah menganalisis masalah-masalah yang terjadi di pasar, agar penulis lebih mudah menemukan solusi untuk masalah-masalah yang biasa terjadi di pasar, dan agar penulis lebih mudah untuk menarik kesimpulan.

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono: 2013).

Populasi juga merupakan keseluruhan individu yang menjadi objek/subjek dan sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berdagang di area pasar Niaga Daya, seluruh pembeli yang selalu berbelanja di pasar Niaga Daya, serta seluruh pengelola pasar di pasar Niaga Daya.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi, missal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul *representative* (Sugiyono: 2015).

Adapun Sampel dalam penelitian ini adalah beberapa pengelola pasar di Pasar Niaga Daya yaitu diantaranya 5 orang pengelola pasar yang terdiri dari: 1 orang Ketua Unit pasar, 1 orang Kaur Umum, 1 orang bagian Staf Adm/Keuangan, 1 orang bagian Kolektor. 1 orang Koordinator Keamanan & Kebersihan. Beberapa pedagang yang berdagang di area Pasar Niaga Daya yaitu diantaranya 5 orang pedagang yang terdiri dari: 1 orang pedagang pakaian, 1 orang pedagang sandal/sepatu, 1 orang pedagang sembako, 1 orang pedagang kosmetik, dan 1 orang pedagang sayuran. Beberapa pembeli yang selalu berbelanja di pasar Niaga Daya yaitu diantaranya 5 orang pembeli yang terdiri dari: 1 orang pembeli pakaian, 1 orang pembeli sandal/sepatu, satu orang pembeli sembako, 1 orang pembeli kosmetik, 1 orang pembeli sayuran.

Tabel 3.6

Daftar Pertanyaan untuk Informan

No	Kriteria	Pertanyaan
1	Pengelola Pasar	a. Bagaimana perencanaan ibu/bapak sebagai pengelola Pasar Niaga Daya dalam pembinaan pedagang agar menghasilkan perdagangan yang islami? b. Apa saja kewajiban yang harus dipenuhi pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya?

No	Kriteria	Pertanyaan
		<p>c. Bagaimana strategi yang ibu/bapak lakukan agar bisa mewujudkan perdagangan yang Islami?</p> <p>d. Bagaimana upaya yang ibu/bapak lakukan dalam meningkatkan daya saing pasar Niaga Daya dengan pasar tradisional lainnya?</p> <p>e. Apa harapan dan saran Bapak/Ibu untuk Pasar Niaga Daya kedepannya?</p>
2	Pedagang	<p>a. Bagaimana caranya membuat pembeli tertarik untuk berbelanja di tempat jualan ibu/bapak?</p> <p>b. Bagaimana proses pembayaran antara pedagang dan pembeli di Pasar Niaga Daya? Apakah secara tunai atau kredit?</p> <p>c. Seberapa besar keuntungan yang ditetapkan untuk setiap penjualan barang dagangan ibu/bapak?</p> <p>d. Apa manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang?</p> <p>e. Apakah barang dagangan Bapak/Ibu jual telah mendapat izin untuk di pasarkan dan layak pakai?</p> <p>f. Apa harapan atau saran ibu/bapak untuk Pasar Niaga Daya kedepannya?</p>
3	Pembeli	<p>a. Apakah Pasar Niaga Daya sudah memadai atau dengan kata lain sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen untuk berbelanja keperluan sehari-hari?</p> <p>b. Bagaimana pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya?</p> <p>c. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap barang yang Anda beli di Pasar Niaga Daya?</p> <p>d. Apa yang membuat Anda tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya?</p> <p>e. Apa harapan dan saran Ibu/Bapak untuk Pasar Niaga Daya kedepannya?</p>

Sumber: Sulisty, *Pemberdayaan Pasar Tradisoanal dan Pedagang Pasar*, 2016.

3. Studi Kepustakaan (*Library Reseach*)

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan literatur-literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian yang dapat berupa buku, jurnal, majalah, surat kabar, dan tulisan-tulisan ilmiah. Maksudnya dalam hal ini peneliti menggali teori yang telah berkembang dalam bidang ilmu yang berhubungan dengan objek peneliiian. Mencari metode serta teknik penelitian baik dalam pengumpulan data maupun dalam menganalisis data yang telah dibahas sebelumnya, untuk memperoleh orientasi yang lebih luas dalam permasalahan yang dipilih, serta menghindari duplikasi-duplikasi yang tidak diinginkan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan berupa catatan, transkrip, buku, kwitansi, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. Metode ini digunakan untuk memperdalam pemahaman konsep teori yang terkait dengan profil badan atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Insrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian agar kegiatan peneliti menjadi mudah dan sistematis. Instrumen penumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Instrument penelitian sebagai alat bantu dalam menggunakan metode pengumpulan data serta merupakan sarana yang dapat berwujud benda. Istrumen penelitian yang digunakan penulis dalam penelitaian ini adalah pertanyaan-pertanyaan tertulis yang jawabannya pun sudah disiapkan (setiap responden diberi pertanyaan

yang sama dan pengumpul data mencatatnya), pedoman observasi, chek list, alat perekam (hand phone), polpen, dan buku catatan/buku harian.

G. Teknik Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Teknik Analisis adalah mengemukakan tahapan-tahapan di dalam menganalisis data penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut.

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi langsung di lapangan kemudian wawancara mendalam terhadap responden atau informan yang berhubungan dengan penelitian untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan atau dengan menelaah literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi agar dapat mencapai tujuan penelitian.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan penyerderhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan, dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan untuk penarikan kesimpulan.

3. Penyajian data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada rumusan masalah karena tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Keadaan wilayah penelitian

Pasar Niaga Daya terletak di Kelurahan Daya Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Kelurahan Daya adalah salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Biringkanaya yang merupakan daerah bukan pantai dengan topografi ketinggian antara permukaan laut. Kecamatan Biringkanaya juga merupakan salah satu dari 14 kecamatan di Kota Makassar dengan luas wilayah 48,22 km^2 , kecamatan ini berbatasan dengan ujung tanah disebelah utara, kecamatan tallo di sebelah Timur, kecamatan Makassar di sebelah Selatan Barat berbatasan dengan kecamatan Ujung Panadang (Muliati: 2017).

Pasar Niaga Daya Memiliki 10 Blok yang terdiri dari: Blok A sebanyak 130 kios (130 aktif), Blok B sebanyak 140 kios (108 aktif, 32 tidak aktif), Blok C sebanyak 128 kios (125 aktif, 3 tidak aktif), Blok D sebanyak 128 kios (105 aktif, 23 tidak aktif), Blok E sebanyak 118 kios (71 aktif, 37 tidak aktif), Blok F sebanyak 96 kios (50 aktif, 46 tidak aktif), Blok G sebanyak 80 kios (64 aktif, 16 tidak aktif), Blok H sebanyak 80 kios (58 aktif, 22 tidak aktif), Blok I sebanyak 72 kios (40 aktif, 32 tidak aktif), Blok J sebanyak 60 kios (20 aktif, 30 tidak aktif).

Selain itu, Pasar Niaga Daya memiliki ruko sebanyak 5 Blok yang terdiri dari: Blok 1 sebanyak 74 ruko (73 aktif, 1 tidak aktif), Blok 2 sebanyak

26 ruko (14 aktif, 12 tidak aktif), Blok 3 sebanyak 64 ruko (64 aktif), Blok 4 sebanyak 50 ruko (50 aktif), Blok 5 sebanyak 47 ruko (44 aktif, 3 tidak aktif).

2. Sejarah Singkat Pasar Niaga Daya

Pasar Daya Pasar Daya mulai digunakan tahun 1959. Di akhir tahun 1990-an dan sepanjang tahun 2000-an, di kota Makassar, berbagai proyek revitalisasi beberapa pasar tradisional berlangsung. Beberapa contoh diantaranya adalah pasar Daya menjadi Pusat Niaga Daya. Sejarah pasar Niaga Daya kota Makassar mempunyai sejarah yang cukup berdinamika dikarenakan terjadi beberapa peristiwa yang penting dalam sejarah perjalanan pasar ini, pada tahun 1992 penyerahan asset ke PD Pasar Raya Makassar dalam hal pengelolaan seluruh pasar di kota Makassar (khususnya Pasar Niaga Daya). Selain itu, pada tahun 1992 terjadi kebakaran di pasar lama Daya yang terletak di jalan poros Perintis Kemerdekaan dengan posisi persimpangan jalan Paccerrakkang yang mengakibatkan puluhan lapak pedagang pasar lama hangus terbakar, kemudian para pedagang kembali membuat lapak-lapak kecil untuk dipakai berjualan tetapi dengan kondisi yang sangat memprihatinkan. Kemudian pada tahun 1996 pada masa kepemimpinan walikota Malik B. Masri mencari solusi untuk pasar ini yang kemudian mengeluarkan kebijakan untuk membangun ulang pasar Daya Makassar dengan membebaskan tanah warga Biringkanaya seluas 7,4 hektar dalam jangka waktu 2 tahun masa pembangunan. Dengan asumsi bahwa:

- a. Pasca terjadinya kebakaran di pasar lama, pemerintah kota harus membangun pasar baru.
- b. Pemerintah melihat lapak yang digunakan pedagang sangat tidak layak.

c. Untuk mengurangi kemacetan yang terjadi di Jl. Perintis Kemerdekaan Posisi letak pasar ini sangat mengganggu poros jalan Perintis Kemerdekaan sehingga kemacetan sulit dihindari. Hal ini membuat walikota Makassar memberikan solusi membebaskan lahan disekitar jalan Kapasa Raya.

Kemudian 4 tahun kemudian di tahun 1996 lahan dibebaskan, dipaketkan dengan terminal dan Pasar Daya dengan luas 16,2 hektar. Khusus untuk pasar Niaga Daya luas 7,2 Ha di bangun tahun 1996, 2 tahun berselang masa pembangunan di tahun 1998 diresmikanlah pasar niaga daya ini oleh Bapak Malik B. Masri sebagai walikota Makassar pada waktu itu. Pada tahun 1996 pemerintah mulai membangun pasar Daya Baru yang diberi nama Pasar Pusat Niaga Daya yang pihak ketigakan oleh PT Kalla Inti Karsa (KIK) dengan kontrak kerjasama selama 25 tahun. Dimana PT KIK hanya memberikan lahan dan diberikan kesempatan untuk membangun, sehingga toko, kios-kios dan front toko selama kontrak tersebut. Sedangkan Bank BNI, Niaga, BRI dan lainnya sebagai penyalur modal usaha pedangang. Saat ini sudah ada 12 orang yang menjadi kepala pasar Niaga Daya sejak tahun 1998 yaitu:

- 1) Pak Salmin
- 2) Pak Dominiskus
- 3) Pak Sapudalo
- 4) Pak Tjahyadi
- 5) Pak Jafar Gala
- 6) Pak M. Nur Ali Tundru
- 7) Pak Nurdi Hasan

- 8) Pak Laesa Andi Manggong
- 9) Pak H. Hamid
- 10) Pak H. Sultan
- 11) Pak Jabbar Halim
- 12) Pak Sirajuddin Patappe

Kedua belas kepala pasar Niaga Daya di atas, mereka menduduki jabatan 2 tahun dan dilakukan pergantian setiap 2 tahun. Kalau ada kesalahan dia mendapatkan mutasi. Mereka juga akan digilir ke pasar-pasar tradisional yang lain, atau bisa menjadi kepala bagian, atau tergantung prestasi kepemimpinannya. Jabatan kepala pasar adalah jabatan politik yang menjadi orang kepercayaan dari bapak walikota Makassar. Bahkan ada yang terjadi sudah dua kali membuat kesalahan bahkan dipecat tadi masih diangkat lagi di tempat lain. Dalam sistematika politik perlu dan harus mendapat perhatian. PT KIK dengan melakukan perjanjian dengan Pemerintah Kota, segala perjanjian sudah selesai disepakati termasuk izin-izin yang diberikan, penjualan toko los dan front toko. Sampai saat ini perjanjian tersebut sudah berjalan 11 tahun, Kalla Inti Karsa dalam hal ini izin-izin yang diberikan langsung dia bangun, tidak ada lagi masalah yang dibicarakan (dibahas). Kalau ada rapat pertemuan kepala pasar dengan KIK biasa dibahas adalah adipura, kebersihan dan kesehatan.

3. Sarana dan Prasarana

Pasar Niaga Daya Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya.

Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana (setidak-tidaknya) yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya adalah Pasar Niaga Daya Sarana dan prasarana yang ada di Pasar Niaga Daya yang terpapar bawah ini:

- 1) Tempat berjualan:
 - a) Kios/lods petak 3x2 m
 - b) Dasaran terbuka dengan petak luas 2x2 m
 - c) Pedagang kaki lima
 - 2) Tempat beribadah: ada
 - 3) Parkir: Ada
 - 4) Reklame : Tidak ada
 - 5) TPS : Ada
 - 6) Daya listrik: 1500 wattg
 - 7) Mck : 3 buah ukuran 2x2m sumber air berasal dari sumur bor
4. Potensi Pasar Niaga Daya di Kota Makassar

Tabel 4.1

Data Potensi Pedagang di Pasar Niaga Daya Tahun 2019

No	Uraian	Jumlah Petak	Luas Petak	Aktivitas Berjualan		Keterangan
				Aktif (Petak)	Tidak Aktif (Petak)	
I	Ruko					
1	Ruko I A	37	1332,00	0	37	
2	Ruko I B	39	1404,00	32	7	

No	Uraian	Jumlah Petak	Luas Petak	Aktivitas Berjalan		Keterangan
				Aktif (Petak)	Tidak Aktif (Petak)	
3	Ruko II A	13	975,00	1	12	
4	Ruko II B	13	975,00	8	5	
5	Ruko III A	32	2400,00	21	11	
6	Ruko III B	32	2400,00	21	11	
7	Ruko IV A	25	1875,00	17	8	
8	Ruko IV B	25	1875,00	20	5	
9	Ruko V A	25	1875,00	20	5	
10	Ruko V B	25	1875,00	18	7	
	Sub Total	266	16986,00	158	108	
II	Kios Dalam					
1	Front Toko (Blok A)	164	984,00	126	38	
2	Kios (Blok B)	140	560,00	80	60	
3	Kios (Blok C)	128	578,00	85	43	
4	Kios (Blok D)	128	580,00	94	34	
5	Kios (Blok E)	108	432,00	52	56	
6	Kios (Blok F)	96	380,00	32	64	

No	Uraian	Jumlah Petak	Luas Petak	Aktivitas Berjualan		Keterangan
				Aktif (Petak)	Tidak Aktif (Petak)	
7	Kios (Blok G)	80	360,00	38	42	
8	Kios (Blok H)	80	360,00	34	46	
9	Lods (Blok I)	72	288,00	31	41	
10	Hamparan (Blok J)	77	73,92	0	77	
	Sub Total	1073	4595,92	572	501	
	TOTAL	1339	21581,92	730	609	

Sumber: Dokumentasi Langsung dari Unita Pasar Niaga Daya, 2019

Tabel 4.2

Daftar Lokasi Pedagang Kaki Lima dalam Pasar dan Radius 100 M dari Pasar

No	Uraian	Jumlah Petak	Aktivitas Berjualan		Keterangan
			Aktif (Petak)	Tidak Aktif (Petak)	
I	Pedagang Kaki Lima dalam Pasar				
1	Pedagang Kaki Lima Depan BRI	78	71	7	
2	Pedagang Kaki Lima Penjual Buras	20	20	0	

No	Uraian	Jumlah Petak	Aktivitas Berjualan		Keterangan
			Aktif (Petak)	Tidak Aktif (Petak)	
3	Pedagang Kaki Lima Ex.Taman	42	41	1	
4	Pedagang Kaki Lima Depan Grosir	50	50	0	
5	Pedagang Kaki Lima Depan Terminal	6	6	0	
6	Pedagang Kaki Lima Antara Ruko 4 dan 5	18	17	1	
	Sub Total	214	205	9	
II	Pedagang Kaki Lima Luar Pasar				
1	Pedagang Kaki Lima Lelong	70	65	5	
	Sub Total	70	65	5	
	TOTAL	284	270	14	

Sumber: Dokumentasi Langsung dari Unita Pasar Niaga Daya, 2019.

Tabel 4.3
Daftar Pedagang di Pasar Niaga Daya

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang	Jenis Produk
1	Pedagang Pakaian	95 Pedagang	Celana laki-laki, celana perempuan, baju laki-laki, baju perempuan, baju anak-anak, rok, sarung, mukenah, dan jilbab.
2	Pedagang Sandal dan Sepatu	15 pedagang	Aneka sandal dan aneka Sepatu
3	Pedagang Sembako	40 pedagang	Beras, Telur, Terigu, Minyak goreng, gula merah, gula pasir, instan.
4	Pedagang Kosmetik	30 pedagang	Aneka Kosmetik
5	Pedagang Sayuran	63 pedagang	Bayam, kacang panjang, jagung, kangkung, sawi, daun saledri, daun sup, wortel, kentang, labu, timun, dan lain-lain.
6	Pedagang Campuran	55 pedagang	Aneka makanan ringan, aneka minuman(sachet, botol, kaleng) mie instan, bumbu instan. bawang merah, bawang putih, rempah-rempah, dan lain-lain.
7	Pedagang Asesoris	15 pedagang	Aneka asesoris
8	Pedagang Mainan	10 pedagang	Aneka mainan
9	Pedagang Pecah belah	15 pedagang	Pot bunga plastic, lemari <i>container</i> plastik, bantal, kipas angin, piring, gelas, sendok, toples, rak piring, panic, wajan, ember, timbah, sodek, pisau. Dan lain-lain
10	Pedagang Tas	25 pedagang	Aneka tas
11	Pedagang Jilbab	30 pedagang	Aneka jilbab

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang	Jenis Produk
12	Pedagang Ayam	15 pedagang	Ayam yang masih hidup dan ayam sudah di potong
13	Pedagang Makanan	20 pedagang	Nasi campur, nasi kuning, nasi goreng, ayam bakar lalapan, ayam goreng lalapan, tempe goreng, tahu goreng, ikan goreng, ikan bakar, ikan goreng, bakso, pangsit, coto, dan lain-lain.
14	Pedagang Kue	30 pedagang	Aneka kue
15	Pedagang Buah	35 pedagang	Buah-buahan
16	Pedagang Emas	20 pedagang	Aneka emas
17	Pedagang Sepeda	5 pedagang	Aneka sepeda
18	Pedagang Ikan	65 pedagang	Aneka ikan
24	Pedagang Kacamata	7 pedagang	Aneka kacamata
25	Pedagang Jam tangan	9 pedagang	Aneka Jam Tangan
26	Pedagang daging	7 pedagang	Daging sapi, dan daging kambing.
27	Pedagang Peralatan Sekolah	8 pedagang	Buku tulis, buku gambar, polpen, pensil, penggaris, penghapus pensil, dal lain-lain.
28	Pedagang Pakaian Sekolah	9 pedagang	Baju sekolah, celana sekolah, rok sekolah, topi sekolah, dasi, kaos kaki, dal lain-lain.

Sumber: Dokumentasi Langsung dari Unit Pasar Niaga Daya, 2019.

5. Visi dan Misi

a) Visi

Menjadikan pasar tradisional dan modern sebagai sarana unggulan penggerak perekonomian rakyat dalam mendukung kota Makassar menuju kota dunia berdasarkan kearifan lokal.

b) Misi

- 1) Menyediakan pasar tradisional dan modern yang bersih, nyaman, dan berwawasan lingkungan (pasar sehat).
- 2) Menyediakan dan membangun *human capital* yang berkualitas profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 3) Melaksanakan manajemen pengelolah pasar sesuai dengan prinsip *costumer excellent* (pelayanan terbaik).

6. Hari dan Jam Kerja

a) Hari dan Jam Kerja Penuh

Hari dan jam kerja penuh yaitu hari Senin sampai dengan hari Jumat dan jam kerja mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 WITA.

b) Hari Libur

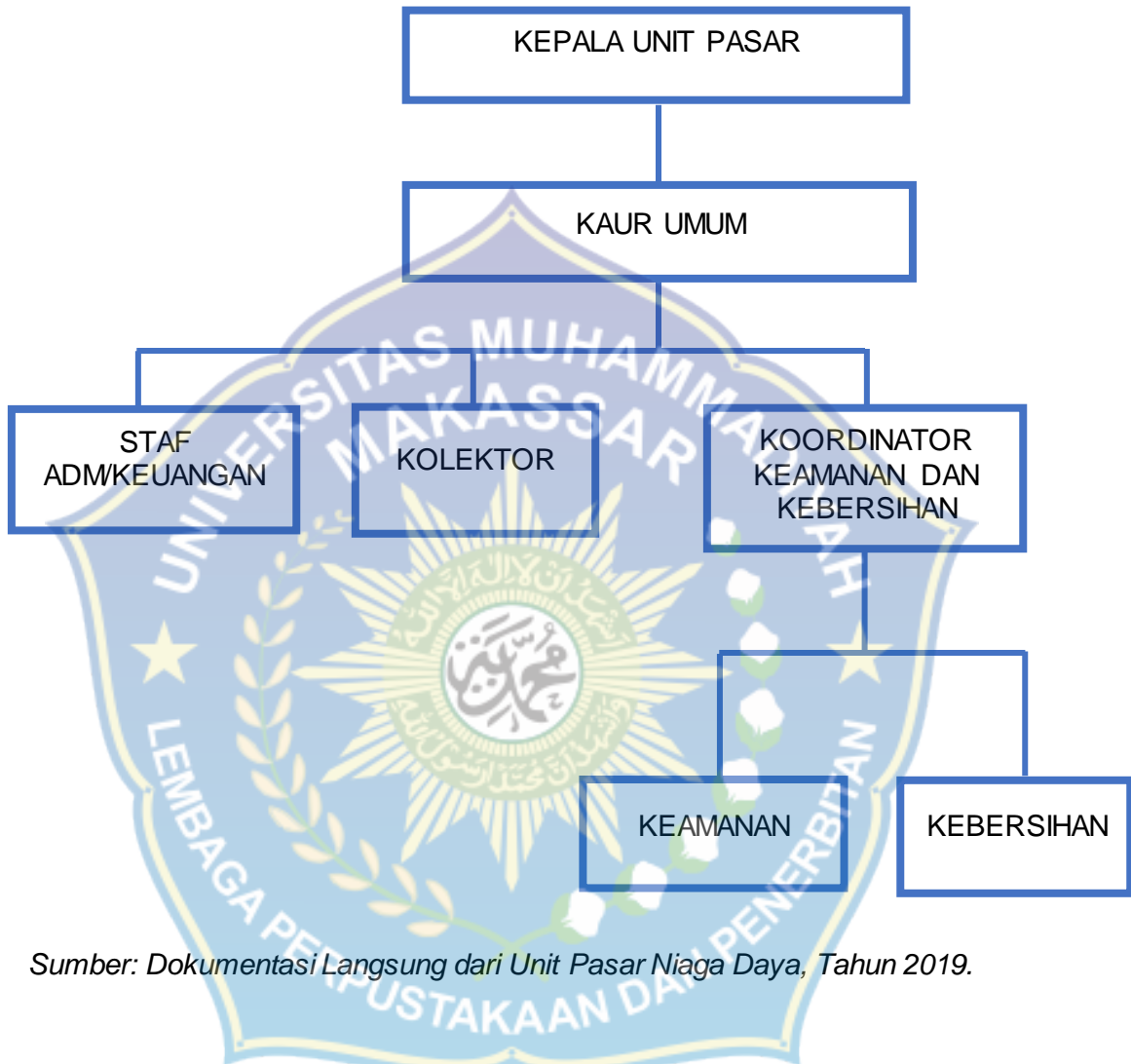
Hari libur yaitu hari Sabtu, hari Ahad, dan hari libur Nasional.

7. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan pekerjaan, wewenang, dan tanggung jawab dari pimpinan, staf, dan anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Struktur organisasi juga berfungsi sebagai alat control dan sebagai pengawas hubungan kerja antara pimpinan, staf, dan anggota. Adapun gambar struktur organisasi pegawai di Pasar Niaga Daya yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Pegawai Unit Pasar Niaga Daya Kota Makassar



Sumber: Dokumentasi Langsung dari Unit Pasar Niaga Daya, Tahun 2019.

8. Job Description

a. Kepala Unit Pasar

Kepala pasar bertugas untuk mengontrol dan mengatur semua staf yang ada di pasar Niaga Daya.

b. KAUR Umum

KAUR Umum (Kepala Urusan Umum) berkedudukan sebagai *unsure secretariat* yang bertanggung jawab kepada kepala pasar,

bertugas untuk membantu kepala pasar dalam mengontrol dan mengawasi Staf Adm/Keuangan, kolektor, Koordinator keamanan dan kebersihan.

c. Staf Adm/Keuangan

Staf Adm/Keuangan bertugas membuat arsip dokumen, mengumpulkan dan mengolah data, mendata pengeluaran dan pemasukan, mengatur arus keuangan, dan menyusun kebijakan anggaran keuangan di pasar Niaga Daya.

d. Kolektor

Kolektor bertugas untuk menagih pajak kepada para pedagang di Pasar Niaga Daya.

e. Koordinator keamanan dan kebersihan

Koordinator keamanan dan kebersihan bertugas untuk mengontrol, mengawasi dan mengevaluasi anggota keamanan dan anggota kebersihan di Pasar Niaga Daya.

f. Keamanan

Anggota keamanan bertugas untuk mengawasi pasar dan sekitarnya, mengontrol keadaan di pasar dan sekitarnya pada waktu yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar, menindak lanjuti jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan di pasar dan disekitar pasar niaga daya.

g. Kebersihan

Anggota kebersihan bertugas untuk membersihkan pasar Niaga Daya dan sekitarnya pada waktu yang telah ditetapkan oleh pengelola pasar yaitu pada waktu malam hari setelah para pedagang menutup tempat jualannya dengan kata lain setelah selesainya proses jual-beli.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Mewujudkan Perdagangan Islami Berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq*) di Pasar Niaga Daya

Setelah melakukan pengamatan (observasi) dan wawancara, adapun yang bisa dilakukan dalam rangka mewujudkan perdagangan Islami di Pasar Niaga Daya diantaranya:

a. Melakukan Pembinaan kepada Para Pedagang

Pedagang diberikan pembinaan untuk selalu berdagang dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan keuntungannya ditetapkan harus sesuai dengan syariat Islam.

b. Membuat Program Islami

Membuat program Islami seperti kajian-kajian yang bisa menumbuhkan kejujuran, transparansi, pelayanan dengan baik (sopan dan santun), menghidupkan nilai persaudaran yang baik antara pedagang dengan pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, dan pedagang dengan pembeli. dan pedagang menjual barang-barang yang berkualitas.

Strategi mewujudkan perdagangan Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq*) di Pasar Niaga Daya yaitu membuat program-program yang bisa menumbuhkan kesadaran bagi para pedagang untuk berdagangan yang sesuai dengan syariat Islam, seperti membuat pertemuan yang diadakan sekali seminggu untuk para pedagang dan pengelola pasar untuk saling mengingatkan antara satu dengan yang lain dan untuk selalu menjaga silaturahmi. Sebagaimana yang dikatakan informan atas nama Sijaruddin Patappe, S. Sos selaku kepala pasar bahwa:

“Sebaiknya melakukan program-program untuk mengajarkan pedagang-pedagang agar bisa mengerti yang namanya riba dari hal

keuntungan dan juga mungkin lebih baiknya diadakan pengajian-pengajian setiapminggunya, dan disinikan ada masjid yang digunakan para pedagang untuk sholat jadi alangkah baiknya setelah sholat diberikan ceramah mengenai riba”.

Sebagaimana juga yang dikatakan oleh informan atas nama Rafiuddin selaku koordinator keamanan dan kebersihan yang mengatakan bahwa:

“Sebaiknya Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri yang bisa membuat masyarakat tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya Misalnya proses perdagang di Pasar Niaga Daya bernungsa Islami”.

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) dan wawancara peneliti menemukan ide untuk mewujudkan perdagangan Islami yakni dengan membuat IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) di Pasar Niaga Daya kota Makassar. IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) adalah sebuah komunitas dimana para pedagang di Pasar Niaga Daya dan para pengelola Pasar Niaga Daya diwajibkan saling bertemu minimal 1 kali dalam seminggu tujuannya untuk membahas masalah-masalah yang terjadi dalam pasar dan menyelesaikan masalah tersebut, disini parapedagang berhak mengeluarkan pendapat, saran, dan menyampaikan keluhannya.

Sehingga, para pedagang bisa bersaing dengan sehat, Disini juga para pedagang akan di berikan pembinaan agar mereka berdagang dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, saling menjaga kepercayaan antar sesama pedagang maupun antara pedagang dan pembeli, beretika yang baik dalam melayani pembeli (sopan/santun dan ramah), serta bertanggung jawab. Penulis berharap semoga IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) bisa terbentuk dan akan menjadi solusi untuk dapat mewujudkan perdagangan Islami karena dengan Adanya IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) dapat menumbuhkan kesadaran bagi para pedagang agar

berdagang yang sesuai dengan syariat Islam berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq*).

Perdagangan Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq*) merupakan Perdagangan yang sesuai dengan syariat Islam yakni para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *amanah* terhadap pembeli, para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *tabliq* kepada pembeli, para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *siddiq* kepada para pembeli, para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *fathonah* dalam menganalisis kebutuhan di lingkungan pasar.

Para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *amanah* terhadap pembeli misalnya pedagang memberikan pelayanan yang optimal (ramah dan murah senyum) dalam melayani pembeli, pedagang bertanggung jawab kepada pembeli apabila barang dagangannya terdapat cacat atau rusak pedagang menggantikan dengan barang baru dan berkualitas sehingga pembeli senang serta dapat percaya kepada para pedagang.

Para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *tabliq* kepada pembeli dan sesama pedagang misalnya pedagang sopan dan santun dalam dalam melayani pembeli, saling menghargai antar pedagang atau dengan kata lain tidak menjelek-jelekan barang dagangan antara pedang yang satu dengan yang lainnya, apabila tiba waktu sholat pedagang segera melakukan sholat dan memberhentikan sejenak aktivitas perdagangannya, besikap baik kepada sesama pedagang, dan kepada pembeli.

Para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *siddiq* kepada para pembeli misalnya para pedagang jujur jika terdapat cacat pada barang dagangannya pedagang menyampaikan kepada pembeli, para pedagang transparansi kepada pembeli atau dengan kata lain pedagang menyampaikan kekurangan dan kelebihan barang dagangannya kepada pembeli agar pembeli mengetahui kekurangan dan kelebihan barang yang dibelinya.

Para pedagang dianjurkan melakukan perdagangan dengan *fathonah* dalam menganalisis kebutuhan di lingkungan pasar misalnya pedagang cerdas dalam menganalisis kebutuhan pasar, para pedagang cerdas dalam berkomunikasi komunikasi dengan para pembeli, pedagang kreatif dalam menghias toko atau lapaknya, para pedagang inovatif dalam melakukan perdagangan, dan para pedagang adil kepada para pembeli.

2. Manfaat Perdagangan Islami Bagi Para Pedagang di Pasar Niaga Daya

Manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu: Para pedagang bisa bersaing dengan sehat, masyarakat akan lebih tertatik berbelanja di Pasar Niaga Daya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelola pasar, dan antara pedagang dengan pembeli, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena, dalam perdangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, para pedagang bisa bersaing dengan sehat antar pedagan yang lainnya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelola pasar, dan antara pedagang

kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa [4]: 29).

Bahkan, sebelum diangkat Allah SWT menjadi Rasul, Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang yang jujur. Perdagangan menurut aturan Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual-beli, dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan tersebut suatu usaha perdagangan dan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Adapun etika perdagangan Islam tersebut yakni:

a. *Fathonah* (Cerdas atau Kreatif)

Para pedagang atau pelaku ekonomi harus cerdas dan kaya wawasan agar perdagangan atau bisnis yang dijalankan dapat efektif dan efisien sehingga bisa memenangkan persaingan dan tidak menjadi korban penipuan. Sifat *fathonah* sebagai pilar kesuksesan bisnis Muhammad SAW sebelum masa kenabian. Dikembangkan menjadi kemampuan untuk menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Tanpa kemampuan untuk mendaya gunakan kecerdasan, maka sebuah produk atau jasa akan dimakan zaman. Oleh karena itu diharapkan agar para pedagang, kreatif dalam berjualan seperti mengadakan *event*, diskon bagi pembeli yang membeli barang yang cukup banyak, tetap menjaga kebersihan dan kenyamanan pembeli salah satunya menghias lapaknya. Hal ini menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi ke generasi. Sedangkan dalam lingkup yang lain, muncul sekolah bisnis yang

mengajarkan tentang bagaimana mengembangkan *fathonah* dalam keuangan, tata kelola usaha dan lainnya (Yunus: 2015).

b. *Amanah* (bertanggung jawab)

Amanah (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas, dan professional) sifat ini merupakan kerakter utama seorang pelaku ekonomi syariah dan umat manusia. Sifat *amanah* menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya sifat *amanah*, perjalanan dan kehidupan ekonomi dan bisnis bisa mengalami kegagalan serta kehancuran. Dengan demikian setiap perilaku ekonomi Islam mestilah menjadi orang yang professional dan bertanggung jawab, sehingga bisa dipercaya oleh masyarakat dan seluruh pelanggan (Aravik: 2016)

Sifat *amanah*, menjadikan sistem kerjasama tidak meliputi penipuan, eksploitasi. Dimana Muhammad sebagai bisnisan menerima *amanah* barang dagangan untuk dijual keberbagai tempat. Sikap amanah ini menciptakan hubungan bisnis yang langgeng antara pemodal dengan yang dimodali. Sikap ini berkembang menjadi budaya hubungan bisnis antara satu badan dengan badan lainnya. Seperti perusahaan yang menghasilkan bagian dari bagian produksi lainnya. Sikap *amanah* menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk dan juga garansi terhadap kerusakan barang. Perkembangan selanjutnya adalah *amanah* ini berupa pemberian kerja dan usaha. Sistem amanah ini berkembang menjadi sistem evaluasi kinerja untuk menunjukkan tingkat amanah yang diberikan kepada pengelola.

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha, pekerjaan, dan profesi yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau

dan mampu menjaga *amanah* (kepercayaan) masyarakat. Dengan demikian, kewajiban dan tanggungjawab para pedagang antara lain: menyediakan barang dan/atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai. Dan oleh sebab itu, tindakan yang sangat dilarang oleh Islam (Della: 2016).

Sehubungan dengan adanya tugas, kewajiban dan tanggungjawab dari para pedagang tersebut adalah menimbun barang dagangan. Menimbun barang dagangan (terutama barang kebutuhan pokok) merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab dan dilarang keras oleh Islam. Perbuatan tersebut menimbulkan keresahan dan merugikan masyarakat. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Allah tidak akan berbelas kasihan terhadap orang-orang yang tidak mempunyai belas kasihan terhadap orang lain” (HR. Bukhari).

c. *Siddiq* (Jujur)

Siddiq artinya benar atau jujur dalam perkataan maupun dalam perbuatan. Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas *siddiq* memiliki arti tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada, tidak berkhianat, tidak ingkar janji, dan lain sebagainya. Mengapa harus jujur? Karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang berdosa juga berpengaruh negatif pada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang/pembeli itu sendiri. Dalam Al Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam berdagang disebutkan dalam firman Allah SWT yaitu ssebagai berikut:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

وَلَا تَعْتَدُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣

Terjemahnya:

"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain." "Dan timbanglah dengan timbangan yang benar." "Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah kamu membuat kerusakan di bumi." (Q.S. Asy-Syu'ara [26]: 181-183).

Rasulullah SAW pun bersabda yang artinya: *"Pedagang yang jujur serta terpercaya (tempatnyanya) bersama para Nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati Syahid pada hari kiamat". (HR. Bukhari, Hakim, Tirmidzi dan Ibnu Majjah).*

Siddiq membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan realitas barang dagangan, tidak mengurangi takaran atau timbangan. Menjelaskan spesifikasi dan kegunaan barang. Hal ini diadopsi dalam bisnis modern dengan menyatakan spesifikasi produk, kadar luarsa dan juga komposisi. Produk yang memiliki komponen *shiddiq* memiliki umur panjang dan dicari oleh konsumen. Hal ini melahirkan konsumen yang puas dan menjadi pelanggan tetap.

Tidak menipu, dalam suatu hadis dinyatakan, seburuk-buruk tempat adalah pasar. Hal ini lantaran pasar atau tempat di mana orang jual beli itu dianggap sebagai sebuah tempat yang di dalamnya penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, perselisihan, dan keburukan tingkah polah manusia lainnya. Terkait dengan tindak penipuan dalam perdagangan, Rasulullah SAW bersabda yang artinya *"Siapa saja menipu, maka ia tidak termasuk golonganku". (HR. Bukhari).*

Penjual dan pembeli dituntut untuk selalu menepati janji. Misalnya janji waktu pengiriman, kualitas barang, kuantitas barang, warna barang, ukuran barang, spesifikasi barang, jenis barang, dan lain sebagainya. Pembayaran

oleh pembeli juga sesuai dengan jumlah dan waktu yang diperjanjikan (Presetya: 2014).

d. *Tabliq* (Murah Hati)

Tabliq adalah Kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah Komunikasi Bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi adalah Komunikasi efektif dan empati. Media marketing dan periklanan adalah sistem yang lahir dari kemampuan *tabliq* (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi yang baik dalam proses jual beli dan menerapkan sikap sopan santun, suka mengalah dengan menerapkan harga barang tidak terlalu tinggi sehingga keuntungan yang diperoleh maksimal 20%.

Dalam suatu hadits, Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertian ramah, sopan, murah senyum, dan suka mengalah, Sabda Rasulullah SAW yang artinya “Allah berbelas kasihan kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan atau ketika menuntut hak.” (HR. Bukhari).

Tidak melupakan akhirat Secara lahiriah, perdagangan adalah aktivitas duniawi. Sedangkan mendirikan shalat adalah kewajiban yang lebih bersifat *ukhrawi* (kepentingan akhirat). Keuntungan akhirat lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Maka dari itu, para pedagang tidak boleh menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi duniawi dan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga, jika datang waktu shalat maka mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya (Subekan: 2015).

Ada beberapa hal yang terkait dengan perdagangan Islami, yaitu: Pertama, penjual berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa telah berbelanja sesuai syariah Islam, dimana konsumen tidak membeli barang sesuai keinginan tetapi menurut kebutuhan. Kedua, penjual menjalankan bisnisnya secara jujur yakni kualitas barang yang dijual sesuai dengan harganya, dan pembeli tidak dirangsang untuk membeli barang sebanyak-banyaknya. Ketiga, hal yang paling baik bukan masalah harga yang diatur sesuai mekanisme pasar, namun status kehalalan barang yang dijual adalah lebih utama.

Konsep perdagangan Islami dapat menjadikan sebagian besar konsumen atau masyarakat awam akan merasa terlindungi dari pembelian barang dengan tidak sengaja yang mengandung unsur haram yang terkandung di dalamnya. Barang-barang yang dijual dengan perdagangan Islami juga diperoleh dengan cara tidak melanggar hukum diantaranya bukan barang selundupan, memiliki izin SNI dan sebagian lagi memiliki label halal. Keempat, Sesungguhnya barang dan komoditi yang dijual haruslah berlaku pada pasar terbuka, sehingga pembeli telah mengetahui keadaan pasar sebelum melakukan pembelian secara besar-besaran. Penjual tidak diperkenankan mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli akan keadaan pasar dan harga yang berlaku.

Karakteristik perdagangan Islami yaitu prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau niaga adalah tolok ukur dari kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Dalam perdagangan nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diperhatikan, Allah SWT berfirman:

وَيَلِّمُ الْمُطَفِّفِينَ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۲ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ ۳ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ۴ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ۵ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ۶ كَلَّا إِنَّ كِتَابَ الْفَجَارِ لَفِي سِجِّينٍ ۷

Terjemahnya:

“Kecelakaan bagi orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!.” “Yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan.” Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” Tidaklah mereka itu mengira, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan.” “Pada suatu hari yang besar.” “(yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh Alam.” “Sekali-kali jangan begitu! Sesungguhnya catatan orang yang durhaka, benar-benar tersimpan dalam Sijjin.” (Q.S. Al-Mutaffifin [83]: 2-7).

Selain itu, Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh, tetapi juga dalam menimbulkan itikad baik dalam transaksi bisnis. Hasil beberapa pengamatan yang dilakukan menjelaskan bahwa hubungan buruk yang timbul dalam bisnis dikarenakan kedua belah pihak yang tidak dapat menentukan kejelasan secara tertulis syarat bisnis mereka. Untuk membina hubungan baik dalam berbisnis, semua perjanjian harus dinyatakan secara tertulis dengan menyantumkan syarat-syaratnya, karena yang demikian itu lebih adil di sisi Allah SWT, dan lebih menguatkan persaksian, dan lebih dapat mencegah timbulnya keragu-raguan. Disamping itu, ada beberapa hal yang terkait dengan perdagangan syariah, yaitu:

- 1) Penjual berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa telah berbelanja sesuai syariah Islam, dimana konsumen tidak membeli barang sesuai keinginan tetapi menurut kebutuhan.

- 2) Penjual menjalankan bisnisnya secara jujur yakni kualitas barang yang dijual sesuai dengan harganya, dan pembeli tidak dirangsang untuk membeli barang sebanyak-banyaknya.
- 3) Hal yang paling baik bukan masalah harga yang diatur sesuai mekanisme pasar, namun status kehalalan barang yang dijual adalah lebih utama. Dengan konsep perdagangan syariah, konsumen yang sebagian besar masyarakat awam akan merasa terlindungi dari pembelian barang dengan tidak sengaja yang mengandung unsur haram yang terkandung di dalamnya. Barang-barang yang dijual dengan perdagangan syariah juga diperoleh dengan cara tidak melanggar hukum diantaranya bukan barang selundupan, memiliki izin SNI dan sebagian lagi memiliki label halal.
- 4) Sesungguhnya barang dan komoditi yang dijual haruslah berlaku pada pasar terbuka, sehingga pembeli telah mengetahui keadaan pasar sebelum melakukan pembelian secara besar-besaran. Penjual tidak diperkenankan mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli akan keadaan pasar dan harga yang berlaku.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap strategi mewujudkan perdagangan Islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Tabliq, Siddiq*) di Pasar Niaga Daya, Pedagang diberikan pembinaan untuk selalu berdagang dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan keuntungannya ditetapkan harus sesuai dengan syariat Islam, membuat program atau kajian yang bisa menumbuhkan kejujuran, transparansi, pelayanan dengan baik (sopan dan santun), menghidupkan nilai persaudaran yang baik antara pedagang dengan pedagang, pedagang

dengan pengelola pasar, dan pedagang dengan pembeli. dan pedagang menjual barang-barang yang berkualitas.

2. Manfaat Perdagangan Islami

Manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu para pedagang akan memperoleh keuntungan dunia dan keuntungan akhirat. Karena, dalam perdangan yang Islami pedagang akan mendapatkan keuntungan yang berkah, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, bersaing dengan sehat dengan pedagang-pedagangan yang lainnya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelolalah pasar dan antara pedagang dengan pembeli. Manfaat besar berbisnis berdasarkan prinsip Islam di antaranya:

a. Keberkahan

Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka perdagangan Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa perdagangan yang dilakukan oleh pedagang muslim telah mendapat rida dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala* dan bernilai ibadah. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan atas nama Sinar Alam, S. Sos selaku KAUR UMUM yang menyatakan bahwa:

“Biarlah untung sedikit yang penting berkah, karena buat apa untung banyak kalau tidak berkah”.

b. Banyak pengalaman

Banyak pengalaman dalam bisnis yang akan diperoleh baik di segi manajemen, mengenal tempat, mengenal barang dan lain-lain, di dalam Islam mencari ilmu dan pengalaman sangat dituntut. Menuntut ilmu

merupakan hal yang perlu dilakukan oleh manusia untuk memperluas wawasan sehingga derajatnya pun bisa terangkat. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝ ١١

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Mujadalah [58]: 11).

c. Keberlangsungan

Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama.

d. Pertumbuhan.

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

e. Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri.

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

f. Benefit (Manfaat)

Benefit (manfaat) yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni: Pertama, pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. Kedua, nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu keharusan yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekadar hubungan fungsional atau profesional. Ketiga, aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.

★ Perbandingan hasil penelitian dan penelitian terdahulu peneliti mengambil dua sampel penelitian terdahulu untuk membandingkan penelitian saat ini dan penelitian yang pertama dari Rahmayanti (2013) hasil penelitian menyatakan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh PD (Perusahaan Daerah) Pasar Makassar Raya dalam rangka meningkatkan penerimaan retribusi jasa pasar Niaga Daya di Kota Makassar dalam hal penentuan target sudah maksimal. Dimana penentuan target yang dilakukan sesuai dengan kondisi pasar dan berdasarkan semua jenis potensi yang ada di pasar, namun dalam hal pelaksanaan SDM (Sumber Daya Manusia) aparat atau petugas yang melaksanakan pemungutan belum maksimal karena dengan melihat kenyataan yang ada selama 4 tahun terakhir 2019-2012 target dan realisasi retribusi pasar tidak pernah mencapai target.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadani (2017) hasil penelitian bahwa para pedagang di pasar tradisional Petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah sholat wajib, berdo'a, dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan pada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis sampaikan, dan setelah mengadakan penelitian, serta penelaan secara seksama maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mewujudkan perdagangan Islami yaitu dengan membuat program-program yang dapat menumbuhkan kesadaran para pedagang terutama kesadaran akan menanamkan sifat FAST yaitu *Fathonah* (kreatif dan cerdas), *Amanah* (kepercayaan), *Siddiq* (nilai-nilai kejujuran), *Tabliq* (transparansi) dengan menerapkan prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau niaga yaitu tolok ukur dari kejujuran, tanggung jawab, kepercayaan, dan ketulusan. Dalam perdagangan nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diperhatikan.
2. Manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, para pedagang bisa bersaing dengan sehat, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelolalah pasar dan antara pedagang dengan pembeli. Selain itu, para pedagang di Pasar Niaga Daya juga bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena mencari rezeki berdagang dengan cara FAST (*Fhatonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) sehingga bisa mendapat keberkahan dari Allah SWT.

B. Saran

Adapun masukan yang berkenaan dengan penelitian dan pembahasan skripsi ini yang perlu diperhatikan demi kebaikan bersama, antara lain:

1. Untuk pemerintah diharapkan agar segera mewujudkan perdagangan Islami yang berbasis FAST (*Fhatonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) dengan membentuk IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) di Pasar Niaga Daya kota Makassar.
2. Untuk para pedagang diharapkan berdagang secara jujur, transparansi, sopan dan satun, ramah dalam melayani pembeli, bertanggung jawab, dan menjaga kepercayaan pembeli, dan meningkatkan kesadaran akan membayar iuran retribusi secara rutin, serta mampu mengelola pendapatan secara bijak.
3. Untuk pembaca perlu diadakan penelitian selanjutnya, dengan harapan objek penelitian dapat lebih diperbesar untuk lingkup luas. Tujuannya adalah agar hasil penelitian dapat lebih variatif dan peneliti dapat mengetahui serta membandingkan kendala yang muncul dan dihadapi pada saat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasan, D. N. F. 2017. Menggali Sifat *Siddiq, Amanah, Fathonah, Tabliq*, (SAFT) Melalui Layanan Bimbingan Konseling Islami. *JESTT*. (Online), Vol. III, No. 07, (<http://journal.stainkudus.ac.id>, diakses 3 Maret 2019).
- Ali, Zainuddin. 2016. *Hukum Perbangkan Syari'ah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amalia, Iffa. 2015. Implementasi Nilai-Nilai Tabliq pada Pedagang dalam Proses Jual Beli di Pasar Tradisional. *JESTT*. (Online) Vol. II, No. 10, (<http://journal.stainkudus.ac.id>, diakses 3 Maret 2019).
- Anoraga, Panji. 2014. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar, Diky. 2014. *Ekonomi Mikro Islam*. Palembang: Noer Fikri Offset.
- Aravik, Havis. 2016. *Ekonomi Islam; Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikiran Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*. Malang: Empat Dua.
- Della, Widia. 2016. Perdagangan Syariah. *Iqtishadia*. (Online), Vol. 6, No. 4, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 27 Juli 2019).
- Fitra, Joko. 2017. Strategi Promosi Penjualan Ritel Tradisional (Studi pada Pedagang Sembako Pasar Karangsembung). *Fokus Bisnis*. (Online), Vol. 16, No. 1, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Girewal, dan Levy. 2008. *Marketing*. New York: Mc. Graw Hill.
- Hakim, M. A. 2015. Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar dalam Islam. *Iqtishadia*. (Online), Vol. 8, No. 5, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Hartono, Tony. 2014. *Mekanisme Ekonomi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Herawati, Jajuk dan Sunarto. 2014. *MSDM Strategik*. Yogyakarta: AMUS.
- Heri, Prapancha. 2013. Evaluasi Jiwa Kepemimpinan Santri Ditinjau dari Kepemimpinan Kenabian. *SPIRITS*. (Online), Vol. IV, No. 3, (<https://journal.uui.ac.id>, diakses 15 Mei 2019).
- Husni, Desma. 2016 Pengukuran Konsep Amanah dalam Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Psikologi*. (Online), Vol. 43, No. 3, (<http://jurnal.ugm.ac.id>, diakses 15 Mei 2019).
- Indraswari, R. C., dan Ryandono, M. N. H. Penelolan Konflik Aktivitas Bisnis Perspektif Islam pada Manajemenpasar Induk Puspa Argo Jawa Timur.

- JESTT.* (Online), Vol. 1, No. 5, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Irwan, M. 2015. Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita (Studi Analisis Pemikiran Aligazali dan Ibnu Taimiyah). *JEBIS.* (Online), Vol. 1, No. 1, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Kadir, A. 2014. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Bumi Aksar.
- Karim, A. 2014. *Mekanisme Mikro Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, Z. 2015. Peran Hisbah dalam Mekanisme Pasar Islami. *Islamic Economics*. Vol. I, No. 2, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 05 Maret 2019).
- Mubarok, N. 2017. Strategi Pemasaran Islamai dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *I-Economic*. (Online), Vol. 3, No. 1, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Muhadjir, N. 2015. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin.
- Muhammad. 2014. *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*. Yogyakarta: BPFE
- Muliati. 2017. Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Kota Makassar. *Ekonomi dan Bisnis*. (Online), Vol. 4, No. 2, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).
- Mustafa. 2013. Enterprenuersip Syariah (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah). *Al-Mizan*. (Online), Vol. IX, No. 01, (<https://journal.iaingorontalo.ac.id>, diakses 03 Maret 2019).
- Nasution, M. E.2013. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noviandani, M. I. 2015. Nilai-Nilai Amanah Sebagai Strategi Fungsional Pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik. *JESTT.* (Online), Vol. II, No. 5, (<https://e-journal.unair.ac.id>, diakses 03 Maret 2019).
- Presetya, Eko. 2014. Sistem Perdagangan Islami. *Economics Islamic*. (Online), Vol. II, No. 3, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 14 Agustus 2019).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Rahmadani. 2013. Perilaku Pedagang di Pasar Tradisonal Petepamus Kassar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Economics Islamic*. (Online), Vol. VII, No. 5, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 25 Agustus 2019).
- Ramadhan, B.M., dan Ryandono, M. N. H. 2015. Etos Kerja Islam pada Keneerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar Besar Kota Maduim. *JESTT.* (Online), Vol. II, No.4, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 04 Maret 2019).

- Rahmi, Ain. 2015. Mekanisme pasar dalam islam. jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan. *Economics Islamic*. (Online), Vol. III, No. 2, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 04 Maret 2019).
- Rahmayanti, 2017. Strategi Peningkatan Retribusi (Jasa) Pasar Niaga Daya di Kota Makassar. *JESTT*. (Online), Vol. III, No.2, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 25 Agustus 2019).
- Riyanto. 2014. Perdagangan Syari'ah. *Economics Islamic*. . (Online), Vol. VII, No.5, (<http://scolar.google.co.id>, diakses 05 Agustus 2019).
- Rosalinda. 2014. *Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasi pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: Rafika Aditama.
- Sholekhah, M. A. 2018. Implementasi Nilai-Nilai Islam dalam Berdagang pada Pusat Niaga Palopo. *DINAMIS Islam Management and Bussines*. (Online), Vol. 1, No. 2, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 04 Maret 2019).
- Slamet, Rokhmad. 2014. *Seminar Akademik Program BBA Jakarta Institute off Management Studies*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subekan, Ahmad. 2015. Etika Dagang Syariah. *Economics Islamic*. (Online), Vol. II, No. 4, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 04 Agustus 2019).
- Sugiono, Sartono. 2013. *Statistik untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Yanto. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*. Bandung: CV. Afabeta.
- Suhariyanto. 2017. *Direktori Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Silistyo, 2016. Pemberdayaan Pasar Tradisoanal dan Pedagang Pasar. *Ekonomi dan Bisnis*, (Online), Vol. II, No. 5, (<http://jurnal.unair.ac.id>, diakses 14 Mei 2019).
- Superti, Indah. 2017. Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. (Online), Vol. IV, No. 2, (<http://digilib.unila.ac.id>, diakses 10 Maret 2019).
- Sutarso, Joko. 2017. Pola Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Perspektif Jendre di Pasar Kleco Surakarta. *Acta Diurna*. (Online), Vol. 13, No. 1, (<http://jos.unsoed.ac.id>, diakses 07 Maret 2019).
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Wiharyanto. 2013. Studi Survey Tentang Kepuasan Masyarakat dan Dasar-Dasar Survey. *Acta Diurna*. (Online), Vol. IV, No. 3, (<http://jos.unsoed.ac.id>, diakses 21 Maret 2019).
- Yuliani, Erly.2016.*Etika Bisnsi dalam Persepektif Islam*. *Ummul Qura*, (Online), Vol. VII, No. 1, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 04 Maret 2019).
- Yunus, Muhammad. 2015. Implementasi 4 pilar Bisnis Rasulullah SAW. *Economics Islamic*. (Online), Vol. IV No. 5. (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 28 Juli 2019).
- Zaini, H. A. A.. 2014. Pasar Persainagan Sempurna dalam Persepektif Ekonomi Islam. *Ummul Qura*, (Online), Vol. IV, No. 2, (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 05 Maret 2019).
- Zizi, Bazazi Azhara. 2013. Pasar dalam Islam Persentation Transcript. *Economics Islamic*. (Online), Vol. V No. 3. (<http://id.portalgaruda.org>, diakses 04 Maret 2019).



L

A

M

P

I

R

A

N



TABEL LAMPIRAN 1
PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Bagus Muhammad Ramadhan dan Muhammad Nafik Hadi Ryandono	JESTT, Vol. 2, No. 4, April 2015.	Etos Kerja Islami pada Kinerja Bisnis pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun.	Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan ekplanasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Etos kerja Islami pada pedagang muslim di Pasar Besar Madiun berdampak positif terhadap kinerja bisnis dilihat dari peningkatan omset yang diperoleh, laba usaha, pangsa pasar, serta jumlah tenaga kerja yang bertambah.
2	Citra Rahayu Indaswati dan Muhammad Nafik Hadi Ryandono	JESTT, Vol. 1, No. 5, Mei 2014.	Pengelolaan Konflik Aktivitas Bisnis Perspektif Islam pada Pasar Induk Puspa Agro Jawa Timur.	Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini yaitu analisis pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik pengelolaan konflik dalam Islam yaitu strategi pengelolaan konflik

					kolaboratif yang memadukan tingkat keasertifan dan tingkat koperatif secara seimbang.
3	Erly Juliani	Jurnal Ummul Qura, Vol. VII, No.1, Maret 2016.	Etika Bisnis dalam Perspektif Islam.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta metode yang digunakan dalam analisis adalah studi literature.	Hasil penelitian inimenunjukkan bahwa etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia

					menjadi pribadi yang utuh.
4	H. Ahmad Afan Zaini	Jurnal Ummul Qura, Vol. IV, No. 2, Agustus 2014.	Pasar persaingan Sempurna dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna itulah yang memiliki kebenaran menurut syariat Islam.
5	Joko Fitra	Jurnal Fokus Bisnis, Vol.16, No.01, Bulan Juli 2017.	Strategi Promosi Penjualan Ritel Tradisional (Studi Pada Pedagang Sembako Pasar Karangsembung).	Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang Sembako di pasar Karangsembung menerapkan bentuk promosi penjualan yang paling efektif untuk meningkatkan omset penjualan adalah hadiah untuk rujukan.
6	Mar Atin Sholekhah	Journal of Islamic Management and Bussines	Implementasi Nilai-Nilai Islam dalam Berdagang pada Pusat	Teknik analisis data yang digunakan yaitu	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai keislaman bagi pedagang

		Vol. 1, No, 2 Oktober 2018.	Niaga Palopo.	analisis deskriptif.	pada Pusat Niaga Palopo tergolong dalam tingkatan sedang.
7	M. Arif Hakim	Iqstishadia , Vol. 8, No. 1, Maret 2015.	Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam.	Teknik analisi data penelitian ini menggunakan an alalisis pendekatan sejarah deskriptif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Islam Negara memiliki peran untuk mengatur dan mengawasi ekonomi, memastikan kompetisi di pasar berlangsung sempurna, informasi merata dan keadilan ekonomi.
8	Muh. Irawan	JEBIS, Vol. 1, No.1, Januari- Juni 2015.	Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita Dan Realita (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali	Teknik analisi data yang digunakan Penelitian ini yaitu analisi deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah dalam kaitannya dengan mekanisme pasar Islami telah

			dan Ibnu Taimiyah).		memperkaya ekonomi Islam dengan jangkauan yang lebih luas bagi konseptualisasi dan aplikasinya. Dalam konteks idealita, mekanisme pasar Islami dapat menghasilkan harga yang adil bagi produsen dan konsumen, selama mekanisme pasar berjalan sempurna.
9	Nurul Mobarok	I- Economic, Vol. 3, No. 1, Juni 2017.	Strategi Pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista.	Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif serta metode yang digunakan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna itulah yang memiliki kebenaran menurut syariat Islam. Oleh karena itu pula seharusnya saat ini kita menggunakan

				<p>dalam analisis adalah studi literature. Penelitian ini merupakan penelitian ini merupakan lapangan (field research) yang bersifat kualitatif.</p>	<p>sistem Islam karena Islam telah mencontohkan bagaimana pasar itu seharusnya bergerak seperti yang terjadi pada masa khalifah Umar bin Khattab dan sistem tersebut berhasil menciptakan pasar persaingan yang sempurna.</p>
10	Zaidah Kusumawati	Islamic Economic Journal, Vol. 1, No. 2, Desember 2015.	Peran Hisbah dalam Mekanisme Pasar Islami.	Teknik analisi data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga Hisbah memiliki peran penting dalam mekanisme pasar Islami karena fungsi-fungsi ekonominya.

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

TABEL LAMPIRAN 2
PANDUAN PERTANYAAN

Rumusan Masalah I		
NO	Pertanyaan	Coding
1	Bagaimana Perencanaan pengelola Pasar?	SP, SA, JA, MD, RU
2	Apa Kewajiban Pedagang?	SP, SA, JA, MD, RU
3	Bagaimana Strategi?	SP, SA, JA, MD, RU
4	Bagaimana Upaya?	SP, SA, JA, MD, RU
5	Apa harapan dan saran?	SP, SA, JA, MD, RU
Rumusan Masalah II		
No	Pertanyaan	Coding
1	Bagaimana Daya Tarik Pedagang?	AK, SM, RS, HY, MA
2	Bagaimana Proses Pembayaran?	AK, SM, RS, HY, MA
3	Berapa besar keuntungan?	AK, SM, RS, HY, MA
4	Apa Manfaat perdagangan Islami?	AK, SM, RS, HY, MA
5	Apakah Barang dagangan layak dipasarkan?	AK, SM, RS, HY, MA
6	Apakah pasar Niaga Daya sudah memadai?	DR, WN, MI, HA, HM
7	Bagaimana Pelayanan Pedagang?	DR, WN, MI, HA, HM
8	Bagaimana Tingkat Kepuasan?	DR, WN, MI, HA, HM
9	Apa yang membuat anda tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya?	DR, WN, MI, HA, HM
10	Apa harapan dan saran?	AK, SM, RS, HY, MA, DR, WN, MI, HA, HM

Sumber: Diolah oleh penulis, 2019.

TABEL LAMPIRAN 3

TRANSKIP

Rumusan Masalah I		
1	<p>Bagaimana perencanaan bapak sebagai pengelola pasar dalam pembinaan pedagang agar menghasilkan perdagangan yang Islami?</p>	<p>a. SP: Sebaiknya melakukan program-program untuk mengajarkan pedagang-pedagang agar bisa mengerti yang namanya riba dari dalam hal keuntungan dan juga mungkin lebih baiknya di adakan pengajian-pengajian setiap minggunya dan disinikan juga ada masjid yang digunakan para pedagang untuk sholat jadi alangkah baiknya setelah sholat di berikan ceramah mengenai riba.</p> <p>b. SA: Memberikan arahan-arahan kepada para pedagang yang berkaitan dengan biarlah untung sedikit yang penting berkah karena buat apa untung banyak kalau tidak berkah.</p> <p>c. JA: Sebaiknya pedagang di bina untuk berdagang yang jujur, transparansi, menjaga kepercayaan pembeli, beretika baik, dan bertanggung jawab.</p> <p>d. MD: Sebaiknya Pasar Niaga Daya di tangani langsung oleh Pemerintah setempat dan pedagang dibina langsung oleh pemerintah untuk berdagang dengan jujur dan bertanggung jawab.</p> <p>e. RU: Memberikan pembinaan kepada para pedagang yang utama kita harus menghidupkan rasa percaya diri agar pedagang bisa percaya kepada pengelola pasar, mengadakan program-program yang bisa membuat masyarakat tertarik untuk berbelanja di Pasar Niaga Daya.</p>
2	<p>Apa saja kewajiban yang harus dipenuhi pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya?</p>	<p>a. SP: Pedagang wajib membayar retribusi harian sewa tempat dan retribusi kebersihan dan keamanan.</p> <p>b. SA: Pedagang wajib membayar retribusi harian, retribusi bulanan, dan sewa tempat wajib diperpanjang jika pedagang masih ingin tetap berdagang di Pasar Niaga Daya.</p> <p>c. JA: Membayar pajak harian, membayar pajak</p>

		<p>kebersihan dan keamanan, dan membatasi sewa tempat.</p> <p>d. MD: Para Pedagang wajib membayar retribusi harian di Pasar Niaga Daya dan para pedagang berpartisipasi sama-sama menjaga kebersihan dan keamanan Pasar Niaga Daya.</p> <p>e. RU: Pedagang wajib membayar retribusi di Pasar Niaga Daya dan wajib menjaga kebersihan tempat mereka berdagang.</p>
3	<p>Bagaimana strategi yang bapak lakukan agar bisa mewujudkan perdagangan Islami?</p>	<p>a. SP: Sebaiknya Setiap minggu ada evaluasi atau biasa dikenal dengan kata sidak mengenai pengecekan barang dagangan oleh pengelola pasar dan pedagang baiknya dipantau oleh para pengelola pasar dan dinas perdagangan masalah harga barang, timbangan, dan barang-barang yang layak untuk di jual.</p> <p>b. SA: Selalu menghibau para pedagang agar selalu menjaga kebersihan tempatnya karena kebersihan itu sebagian dari iman dan membuatkan tempat perkumpulan untuk para pedagang dan pengelola pasar untuk saling bertemu untuk melakukan kajian bersama khususnya membahas tentang berdagang yang Islami sehingga para pedagangpun bisa bersaing dengan sehat tanpa ada rasa iri antara satu dengan yang lainnya.</p> <p>c. JA: Pedagang diberikan pembinaan untuk selalu berdagang dengan mengutamakan kejujuran dan keuntungannya ditetapkan harus sesuai dengan syariat Islam.</p> <p>d. MD: Sebaiknya kita semua memiliki kesadaran sendiri baik itu para pedagang maupun pengelola pasar, kita semua harus tau tanggung jawab dan kewajiban masing-masing, dan sebaiknya ada program yang bisa menumbuhkan kesadaran untuk kita semua seperti berupa kajian tiap minggu.</p> <p>e. RU: Membuat program atau kajian yang bisa menumbuhkan kejujuran, transparansi, pelayanan dengan baik (sopan dan santun), menghidupkan nilai persaudaran yang baik</p>

		antara pedagang dengan pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, dan pedagang dengan pembeli. dan pedagang menjual barang-barang yang bagus dan berkualitas.
4	Bagaimana upaya yang bapak lakukan dalam meningkatkan daya saing pasar Niaga Daya dengan pasar tradisional lainnya?	<p>a. SP: Meningkatkan daya saing dengan pasar yang lainnya yaitu dengan memperbaiki infrastruktur yang ada di dalam pasar, memperbaiki hubungan silaturahmi yang erat dengan pedagang, menjaga kebersihan dan keamanan di dalam pasar, membuat sesuatu yang berbeda dengan pasar yang lainnya sehingga ada daya Tarik tersendiri nantinya bagi para pembeli untuk lebih tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya, dan menampung aspirasi para pedagang untuk menjadi pertimbangan daya saing itu.</p> <p>b. SA: Selalu menjaga kebersihan Pasar Niaga Daya, memperbaiki bangunan-bangunan yang sudah kurang baik lagi, selalu mengadakan kegiatan jumat bersih, dan sebaiknya membuat perbedaan positif dengan pasar tradisional lainnya kalau bisa dibuat pasar yang bernuansa Islami karena belum ada pasar tradisional yang Islami.</p> <p>c. JA: Menjaga kebersihan dan keamanan Pasar Niaga Daya agar pengunjung nyaman datang berbelanja dan pedagang juga betah dalam berdagang.</p> <p>d. MD: Terlebih dahulu Pasar Niaga Daya harus dibenahi baik dari segi bangunan, tempat parkir, maupun proses perdagangan agar masyarakat bisa lebih tertarik berbelanja ke Pasar Niaga Daya daripada ke Pasar Tradisional yang lainnya.</p> <p>e. RU: Sebaiknya Pasar Niaga Daya mempunyai ciri khas tersendiri yang bisa membuat masyarakat lebih tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya misalnya proses perdagangan di Pasar Niaga Daya bernuansa Islami.</p>
5	Apa harapan dan saran bapak untuk	a. SP: Harapan saya adalah semoga Pasar Niaga Daya bisa lebih baik lagi kedepannya, sebaiknya memperbaiki tata cara yang ada

	<p>Pasar Niaga Daya kedepannya?</p>	<p>di dalam menjalankan peraturan-peraturan daerah atau dengan kata lain menyempurnakan peraturan-peraturan daerah misalnya sewa-menyewa dilakukan dengan cara tidak terlalu memberatkan para pedagang atau meringankan sedikit beban pedagang untuk sewa-menyewa, memperbaiki bangunan-bangunan yang ada di dalam Pasar Niaga Daya, memperbaiki infrastruktur di Pasar Niaga Daya dan sekitarnya seperti memperbaiki jalan, memperbaiki drainase agar tidak terjadi banjir.</p> <p>b. SA: Harapan saya adalah Semoga bangunan-bangunan yang kurang baik segera mendapat perhatian dari kantor pusat agar segera diperbaiki semua, semoga kedepannya bisa menghidupkan perdagangan yang berbasis syariah, dan sebaiknya kita rekrut para asosiasi pedagang dan pengelola pasar yang bisa berjalan sama-sama untuk mewujudkan pasar yang bernuansa syariah.</p> <p>c. JA: Semoga Pasar Niaga Daya bisa menjadi pasar yang lebih baik lagi kedepannya baik itu dari segi bangunan maupun perdagangan di Pasar Niaga Daya ini, Sebaiknya pemerintah Kota Makassar lebih memperhatikan Pasar Niaga Daya bahkan sebaiknya Pasar Niaga Daya dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lainnya dengan kata lain menjadikan Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri.</p> <p>d. MD: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi dan sebaiknya pemerintah turun tangan langsung untuk membenahi Pasar Niaga Daya.</p> <p>e. RU: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi, sebaiknya para pedagang berdagang dengan mengutamakan untuk mendapatkan berkah biar untung sedikit yang penting berkah dari pada untung banyak tapi tidak berkah.</p>
--	-------------------------------------	--

Rumusan Masalah II

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana caranya membuat pembeli tertarik untuk berbelanja di tempat jualan ibu/bapak?	<p>a. AK: Saya selalu menjaul barang-barang terbaru dan saya melayani pembeli dengan tulus agar pembeli juga bisa berbelanja dengan ikhlas.</p> <p>b. SM: Saya selalu sopan, murah senyum, sabar, dan ramah dalam melayani pembeli, serta saya juga menjual barang-barang berkualitas.</p> <p>c. RS: Saya berdagangan dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang bagus.</p> <p>d. HY: Saya ramah dalam melayani pembeli, menjual barang-barang dengan harga yang terjangkau, dan menjual barang-barang yang baru.</p> <p>e. MA: Saya menjual sayuran dengan harga yang murah dan sayuran yang saya jual adalah sayuran yang masih segar, serta saya ramah dalam melayani pembeli.</p>
2	Bagaimana proses pembayaran antara pedagang dan pembeli di Pasar Niaga Daya secara tunai atau kredit?	<p>a. AK: Proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya adalah secara tunai.</p> <p>b. SM: Proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya adalah secara tunai.</p> <p>c. RS: Proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya yaitu secara tunai dan secara kredit. Tetapi hanya orang-orang tertentu yang saya beri secara kredit dengan kata lain hanya orang-orang yang saya kenal saja saya beri kredit, mengenai pembayaran secara kredit harga tetap sama dengan harga tunai dan waktu pembayarannya tergantung dari pembicaraan saya dengan yang kredit.</p> <p>d. HY: Proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya adalah secara tunai.</p> <p>e. MA: Proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya adalah secara tunai.</p>

3	Seberapa besar keuntungan yang ditetapkan untuk setiap penjualan barang dagangan ibu/bapak?	<p>a. AK: Saya menetapkan keuntungan setiap item barang dagangan yaitu sebanyak 20%.</p> <p>b. SM: Keuntungan setiap item barang dagangan saya yaitu 10% sampai dengan 20%.</p> <p>c. RS: Saya menetapkan keuntungan setiap item barang dagangan saya sebesar 20%.</p> <p>d. HY: Keuntungan yang saya tetapkan untuk barang dangan saya yaitu 5% sampai dengan 20%.</p> <p>e. MA: Keuntungan yang saya tetapkan untuk barang dangan saya yaitu 5% sampai dengan 15%.</p>
4	Apa manfaat perdagangan Islami?	<p>a. AK: Manfaat perdagangan Islami yaitu bisa membuat para pedagang mendapatkan keuntungan yang berkah, karena buat apa untung banyak kalau tidak berkah.</p> <p>b. SM: Manfaat perdagangan Islami yaitu para pedagang bisa lebih menjalin silaturahmi yang baik, para pedagang akan saling membantu dalam berdagang. masyarakat akan lebih senang berbelanja di pasar niaga day ajika para pedagang lebih jujur dan tr nsparansi, serta bertanggung jawab dalam berdagang.</p> <p>c. RS: Berdagang secara Islami bisa memperoleh keuntungan yang berkah, mendamaikan dan menentramkan para pedagang, dan dengan perdagangan Islami masyarakat akan lebih tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya.</p> <p>d. HY: Manfaat perdagangan Islami yakni masyarakat akan lebih percaya kepada para pedagang dan masyarakat tidak khawatir dengan adanya kecurangan yang terjadi dalam pasar, masyarakat dengan pedagang menjalin silaturahmi yang baik dan saling mempercayai.</p> <p>e. MA: Perdagangan Islami bisa mensejahterakan para pedagang, karena dengan berdagang secara Islami para pedagang bisa bersaing secara sehat, serta perdagangan Islami bisa menghasilkan keuntungan di dunia dan di akhirat.</p>

5	Apakah barang dagangan yang ibu/bapak jual telah mendapat izin untuk di pasarkan dan layak pakai?	<p>a. AK: Saya selalu menjual barang-barang yang mendapatkan izin untuk di pasarkan dan selalu menjual barang-barang yang layak di pasarkan khususnya sayakan penjual pakain jadi saya menjual barang-barang baru.</p> <p>b. SM: Saya menjual barang-barang yang mendapat izin untuk di pasarkan dan barang-barang yang saya jual itu layak pakai karena disini saya kan menjual sepatu dan sandal jadi semua layak untuk di pakai.</p> <p>c. RS: Saya menjual barang-barang yang mendapatkan izin untuk di pasarkan dan saya juga menjual barang-barang yang layak di konsumsi karena saya kan penjual sembako jadi saya harus memperhatikan kelayakan barang dangan saya dan saya menjaga kepercayaan pembeli.</p> <p>d. HY: Saya menjual barang-barang yang legal dan layak untuk di pasarkan serta layak untuk dipakai.</p> <p>e. MA: Saya menjual sayuran yang segar-segar kalau yang sudah tidak layak dijual itu di kasi sama orang-orang yang mau mengambilnya jika tidak ada yang mau ambil yah saya buang.</p>
6	Apakah Pasar Niaga Daya sudah memadai atau dengan kata laian sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen untuk berbelanja keperluan sehari-hari?	<p>a. DR: Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari karena untuk saya pribadi apapun yang saya cari untuk kebutuhan sehari-hari saya di Pasar Niaga Daya ini saya selalu mendapatkannya.</p> <p>b. WN: Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari karena untuk saya pribadi apapun yang saya inginkan untuk kebutuhan sehari-hari saya di Pasar Niaga Daya ini saya selalu menemukan.</p> <p>c. MI: Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk kebutuhan sehari-hari sebab semua kebutuhan sehari-hari yang saya butuhkan saya selalu menemukannya di Pasar Niaga Daya ini khususnya sembako.</p> <p>d. HA: Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk</p>

		<p>pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Karena di Pasar Niaga Daya sudah tersedia semua barang-barang yang saya butuhkan khusus kosmetik.</p> <p>e. HM: Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari karena di Pasar Niaga Daya barang-barang kebutuhan sehari-hari saya semuanya tersedia.</p>
7	<p>Bagaimana pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya?</p>	<p>a. DR: Pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya ini berbeda-beda ada pedagang yang ramah dan baik dia menawarkan agar barang dagangannya bisa di coba dulu kalau tidak cocok dan tidak mau beli tidak jadi masalah, namun kadang juga ada pedagang yang awal-awalnya saja ramah kalau pembeli sudah mencoba pakaiannya baru tidak jadi beli Dia marah-marah dan pembeli di paksa harus beli.</p> <p>b. WN: Pelayanan pedagang di Pasar Niaga Daya ini berbeda-beda ada pedagang dalam melayani itu baik dan ramah, kadang juga ada pedagang yang melayani dengan kelihatan tergesa-gesa dan seakan-akan memaksa saya agar membeli barang dagangannya, dan kadang juga ada pedagang yang menjek-jelakkan pedagang yang lainnya agar kesannya barang dagangannya yang terbaik agar saya berbelanja di tempatnya berjualan.</p> <p>c. MI: Pedagang di Pasar Niaga Daya ini rata-rata mereka melayani dengan ramah dan sopan khususnya pedagang sembako.</p> <p>d. HA: Pedagang di Pasar Niaga Daya berbeda beda dalam melayani ada pedagang yang ramah dan menjelaskan tentang manfaat barang dagangannya yang hendak saya beli, namun ada juga pedagang yang kurang ramah Dia ingin saya langsung sebutkan apa yang ingin saya beli lalu Dia ambilkan.</p> <p>e. HM: Pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya khususnya pedagang sayur baik karena harga sayur murah dan penjualnya juga ramah.</p>

8	<p>Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap barang yang Anda beli di Pasar Niaga Daya?</p>	<p>a. DR: Kadang saya puas kadang juga tidak puas. Saya puas saat saya mendapat pedagang yang baik dan ramah yang barang dagangannya bisa saya coba dulu kalau saya cocok baru saya beli. Tapi kadang saya tidak puas dengan barang dangan yang saya beli apabila pedagang itu tidak membolehkan saya untuk memekai terlebih dahulu barang tersebut karena terkadang baju atau celana yang saya beli itu kebesaran.</p> <p>b. WN: Saya cukup puas berbelanja di Pasar Niaga Daya ini karena saya selalu mendapatkan barang-barang yang saya inginkan dengan harga yang bersahabat.</p> <p>c. MI: Selama saya berbelanja di Pasar Niaga Daya saya puas dengan barang-barang yang saya beli khususnya sembako.</p> <p>d. HA: Saya cukup puas dengan barang-barang yang saya beli di Pasar Niaga Daya khususnya kosmetik saya selalu dapat sesuai yang saya inginkan dan spayernya pun masih lama dengan kata lain produknya baru.</p> <p>e. HM: Tingkat kepuasan saya terhadap barang yang saya beli di Pasar Niaga Daya khususnya sayuran saya cukup puas karena saya selalu mendapatkan sayuran yang segar dan murah.</p>
9	<p>Apa yang membuat Anda tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya?</p>	<p>a. DR: Saya tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya karena rumah saya lebih dekat dengan Pasar Niaga Daya daripada Pasar tradisonal yang lainnya.Saya tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya karena pedagangnya ramah dan harga barang-barang di pasar Niaga Daya ini bersahabat dengan kata lain murah-murah.</p> <p>b. WN: Saya tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya karena pedagangnya ramah dan harga barang-barang di pasar Niaga Daya ini bersahabat dengan kata lain murah-murah.”</p> <p>c. MI: Saya tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya karena rumah saya sangat dekat dari pasar ini. Jadi, otomatis keperluan sehari-hari saya beli di Pasar Niaga Daya ini.</p> <p>d. HA: Saya tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya</p>

		<p>karena rumah saya dekat dari pasar ini dan harga barang-barang di pasar ini juga lebih murah</p> <p>e. HM: Saya tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya karena barang-barang disini harganya murah, tempatnya strategis dengan kata lain dekat dari rumah saya.</p>
10	<p>Apa harapan dan saran Ibu/Bapak untuk pasar Niaga daya kedepannya?</p>	<p>a. AK: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi, terutama untuk got-got perlu diperbaiki dan harus selalu dijaga kebersihannya serta bangun-bangunannya diperbaiki lagi.</p> <p>b. SM: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi terutama untuk infrastrukturnya agar bisa lebih di perbaiki lagi.</p> <p>c. RS: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi. Sebaiknya infrastrukturnya dibenahi lagi agar pembeli lebih nyaman dalam berbelanja.</p> <p>d. HY: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi. Sebaiknya Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri agar masyarakat bisa lebih tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya daripada di pasar tradisonal yang lainnya.</p> <p>e. MA: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi. Sebaiknya penataan tempat di Pasar Niaga Daya lebih ditertibkan lagi terutama tempat parkir dan tempat untuk para pedagang sayuran.</p> <p>f. DR: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya biasa lebih baik lagi baik dari segi bangunan maupun proses jual-beli. Sebaiknya pedagang jangan memsang harga terlalu tinggi agar pedagang bisa memperoleh keuntungan yang sesuai syariat Islam dan keuntungannya itu berkah, pedagang lebih ramah lagi kepada pembeli dan jangan memaksa pembeli untuk membeli barang dangannya agar proses jual beli itu di dasar atas dasar suka sama suka, Sebaiknya pengelola pasar khususnya sekuriti melakukan patrol di waktu tertentu misalnya</p>

		<p>badha zdhur, menjelang azhar, atau setelah sholat azhar untuk jalan-jalan melihat keadaan pasar atau sekelilingnya. Sebaiknya penegelora pasar juga bisa mengatur pedagang agar bisa berjualan dengan tertib, damai, dan bersaing dengan sehat.</p> <p>g. WN: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi, baik dari segi infrastrukturnya maupun proses jual-belinya. Sebaiknya para pedagang mengutamakan kejujuran dan bertanggung jawab dalam berdagang, sebaiknya pengelola pasar lebih menertibkan tempat parkir di Pasar Niaga Daya ini.</p> <p>h. MI: Semoga Pasar Niaga Daya ini bisa lebih baik lagi baik dari kebersihan pasar maupun bangunan-bangunnya. Sebaiknya ketertiban parkir dan kebersihan pasar selalu diutamakan, serta penataan barang dagangan sembako lebih rapi, teratur dan bersih.</p> <p>i. HA: Semoga Pasar Niaga Daya bisa lebih baik lagi kedepannya bisa lebih baik lagi, baik dari segi kebersihan maupun ketertiban di dalam pasar. Sebaiknya pedagang dalam berdagang mengutamakan kejujuran dan mencari berkah, serta pengelola pasar lebih meningkatkan lagi tingkat kebersihan terutama got-got di pasar agar bau.</p> <p>j. HM: Semoga Pasar Niaga Daya kedepannya Bisa lebih baik lagi baik dari segi penataan tempat berdagang maupun penataan parkir. Sebaiknya tempat berdagang sayuran di tertibkan lagi supaya tidak mengganggu yang lainnya karena seperti yang kita liat disini penjual sayur banyak yang berjualan di pinggir jalan ini mengakibatkan macet.</p>
--	--	---

Sumber: Diolah Penulis, 2019.

REDUKSI

A. Rumusan Masalah I

1. Menurut Informan SP, SA, JA, MD, dan RU (08 Agustus 2019)

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti mengenai perencanaan pembinaan pedagang agar menghasilkan perdagangan yang Islami, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu melakukan program-program untuk mengajarkan pedagang-pedagang mengenai cara berdagang yang Islami, memberikan arahan-arahan kepada para pedagang yang berkaitan dengan mencari rezeki yang berkah, pedagang di bina untuk berdagang yang jujur, transparansi, menjaga kepercayaan pembeli, memiliki etika yang baik, dan bertanggung jawab.

2. Menurut Informan SP, SA, JA, MD, dan RU (08 Agustus 2019)

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti tentang kewajiban pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama tentang kewajiban pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya yaitu para pedagang wajib membayar retribusi di Pasar Niaga Daya yang terdiri dari retribusi harian, ada retribusi bulanan, sewa tempat, retribusi kebersihan dan keamanan.

3. Menurut Informan SP, SA, JA, MD, dan RU (08 Agustus 2019)

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti yaitu tentang Strategi mewujudkan perdagangan Islami di Pasar Niaga Daya, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda.

Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Pedagang diberikan pembinaan untuk selalu berdagang dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan keuntungannya ditetapkan harus sesuai dengan syariat Islam, membuat program atau kajian yang bisa menumbuhkan kejujuran, transparansi, pelayanan dengan baik (sopan dan santun), menghidupkan nilai persaudaran yang baik antara para pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, pedagang dengan pembeli, dan pedagang menjual barang-barang yang berkualitas

4. Menurut Informan SP, SA, JA, MD, dan RU (08 Agustus 2019)

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti tentang upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing Pasar Niaga Daya dengan pasar tradisional lainnya, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Sebaiknya Pasar Niaga Daya mempunyai ciri khas tersendiri yang bisa membuat masyarakat lebih tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya misalnya proses perdagangan di Pasar Niaga Daya bernuansa Islami, menjaga kebersihan dan keamanan Pasar Niaga Daya agar pengunjung nyaman datang berbelanja dan pedagang juga betah dalam berdagang.

5. Menurut Informan SP, SA, JA, MD, dan RU (08 Agustus 2019)

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti mengenai harapan dan saran pengelola pasar, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Semoga Pasar Niaga Daya bisa menjadi pasar yang lebih baik lagi kedepannya baik itu dari segi bangunan maupun

perdagangan di Pasar Niaga Daya ini, Sebaiknya pemerintah Kota Makassar lebih memperhatikan Pasar Niaga Daya bahkan sebaiknya Pasar Niaga Daya dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lainnya dengan kata lain menjadikan Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri, menciptakan perdagangan yang berbasis syariah, dan sebaiknya kita rekrut para asosiasi pedagang dan pengelola pasar yang bisa berjalan sama-sama untuk mewujudkan pasar yang bernuansa syariah.

B. Rumusan Masalah II

1. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS, (01 Agustus 2019), HY dan MA (05 Agustus 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai pendapat tentang daya tarik pedagang, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu pedagang ramah dalam melayani pembeli, memberikan pelayanan yang optimal, sopan dan santun, menjaga kepercayaan pembeli, bertanggung jawab, dan harga barang-barang dengan mereka terjangkau.

2. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS, (01 Agustus 2019), HY dan MA (05 Agustus 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti tentang proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli di Pasar Niaga Daya dari lima informan hanya ada satu informan yang memiliki jawaban berbeda dengan informan lainnya. Namun, kesimpulan dari jawaban informan yaitu proses pembayaran antara pembeli dengan

pedagang yang terjadi di pasar Niaga Daya adalah secara tunai dan secara kredit, akan tetapi yang boleh kredit hanyalah orang-orang tertentu saja.

3. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS, (01 Agustus 2019), HY dan MA (05 Agustus 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai keuntungan yang ditetapkan untuk setiap item barang dagangan dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah keuntungan yang ditetapkan di pasar niaga daya maksimal 20%.

4. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS, (01 Agustus 2019), HY dan MA (05 Agustus 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai manfaat perdagangan Islami dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu para pedagang bisa bersaing dengan sehat, masyarakat akan lebih tertatik berbelanja di Pasar Niaga Daya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, dan perdagangan dengan pembeli, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena, dalam perdangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, para pedagang bisa bersaing dengan sehat antar pedagan yang lainnya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan

pengelola pasar dan antara pedagang dengan pembeli, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat.

5. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS, (01 Agustus 2019), HY dan MA (05 Agustus 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai barang dagangan yang layak untuk dipasarkan dan layak untuk dipakai, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama tentang kelayakan barang dagangan yaitu barang dagangan layak untuk di pasarkan dan layak untuk dipakai atau layak untuk di konsumsi.

6. Menurut Informan DR (01 September 2019), WN (04 September 2019), MI (05 September 2019), HA (05 September 2019), dan HM (05 September 2019).

Berdasarkan Informan yang diwawancarai oleh peneliti mengenai DR, WN, MI, HA, dan HM Pasar Niaga Daya sudah memadai atau belum untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama mengenai Pasar Niaga Daya sudah memadai atau belum untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari yaitu Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

7. Menurut Informan DR (01 September 2019), WN (04 September 2019), MI (05 September 2019), HA (05 September 2019), dan HM (05 September 2019).

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar

Niaga Daya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya berbeda-beda yaitu ada pedagang yang ramah, baik, dan sopan. Namun, ada juga pedagang yang kurang baik, kadang memaksa pembeli untuk berbelanja di tempat jualannya, dan ada juga pedagang yang suka menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain demi menarik pembeli berbelanja di tempat jualannya.

8. Menurut Informan DR (01 September 2019), WN (04 September 2019), MI (05 September 2019), HA (05 September 2019), dan HM (05 September 2019).

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang tingkat kepuasan pembeli berbelanja di Pasar Niaga Daya berbeda-beda yaitu ada pembeli yang cukup puas berbelanja di Pasar Niaga Daya karena mereka selalu mendapatkan barang-barang diinginkan dengan harga yang bersahabat dan khususnya kosmetik mereka selalu mendapatkan produk yang baru dengan kata lain masa spayernya masih lama. Akan Tetapi, ada juga pembeli yang kurang puas berbelanja di Pasar Niaga Daya karena kadang mereka mendapat pedagang yang tidak membolehkan untuk memakai terlebih dahulu barang yang hendak dibelinya khususnya pembeli pakaian terkadang baju atau celana yang mereka beli itu kebesaran atau kekecilan.

9. Menurut Informan DR (01 September 2019), WN (04 September 2019), MI (05 September 2019), HA (05 September 2019), dan HM (05 September 2019).

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang apa yang membuat pembeli tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah mereka tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya karena barang-barang di Pasar Niaga Daya harganya bersahabat dengan kata lain harganya terjangkau atau murah, selain itu tempatnya strategis dengan kata lain dekat dari rumah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Daya.

10. Menurut Informan AK (28 Juli 2019), SM (30 Juli 2019), RS dan DR (01 September 2019), WN (04 September 2019), HY, MA, MI, HA, dan HM (05 September 2019).

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, MA, DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang harapan dan saran untuk Pasar Niaga Daya kedepannya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi baik itu dari segi bangunan maupun prosese jual-beli, sebaiknya Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri, infrastruktur di Pasar Niaga Daya diperbaiki lagi, ketertiban dan kebersihan di Pasar Niaga Daya lebih di tingkatkan lagi, para pedagang mengutamakan kejujuran, keberkahan, dan bertanggung jawab dalam berdagang. Sebaiknya penegelola pasar juga bisa mengatur para pedagang agar para pedagang bisa berjualan dengan tertib, damai, dan para pedagang bisa bersaing dengan sehat, serta lebih menertibkan tempat parkir.

TABEL LAMPIRAN 4

REDUKSI

Rumusan Masalah I

Bagaimana Strategi Mewujudkan perdagangan islami berbasis FAST (*Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq*) di Pasar Niaga Daya?

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti mengenai perencanaan pembinaan pedagang agar menghasilkan perdagangan yang Islami, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu melakukan program-program untuk mengajarkan pedagang-pedagang mengenai cara berdagang yang Islami, memberikan arahan-arahan kepada para pedagang yang berkaitan dengan mencari rezeki yang berkah, pedagang di bina untuk berdagang yang jujur, transparansi, menjaga kepercayaan pembeli, memiliki etika yang baik, dan bertanggung jawab.

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti tentang kewajiban pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama tentang kewajiban pedagang dalam menjalankan usahanya di Pasar Niaga Daya yaitu para pedagang wajib membayar retribusi di Pasar Niaga Daya yang terdiri dari retribusi harian, ada retribusi bulanan, sewa tempat, retribusi kebersihan dan keamanan.

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti yaitu tentang Strategi mewujudkan perdagangan Islami di Pasar Niaga Daya, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Pedagang diberikan pembinaan untuk selalu berdagang dengan mengutamakan kejujuran, transparansi, dan keuntungannya ditetapkan harus sesuai dengan syariat Islam, membuat program atau kajian yang bisa menumbuhkan kejujuran, transparansi, pelayanan dengan baik (sopan dan santun), menghidupkan nilai persaudaran yang baik antara para pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, pedagang dengan pembeli, dan pedagang menjual barang-barang yang berkualitas.

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti tentang upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing Pasar Niaga Daya dengan pasar tradisioanl lainnya, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Sebaiknya Pasar Niaga Daya mempunyai ciri khas tersendiri yang bisa membuat masyarakat lebih tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya misalnya proses perdagangan di Pasar Niaga Daya bernuansa Islami, menjaga kebersihan dan keamanan Pasar Niaga Daya agar pengunjung nyaman datang berbelanja dan pedagang juga betah dalam berdagang.

Berdasarkan Informan SP, SA, JA, MD, dan RU yang diwawancarai oleh peneliti mengenai harapan dan saran pengelola pasar, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu Semoga Pasar Niaga Daya bisa menjadi pasar yang lebih baik lagi kedepannya baik itu dari segi bangunan maupun perdagangan di Pasar Niaga Daya ini, Sebaiknya pemerintah Kota Makassar lebih memperhatikan Pasar Niaga Daya bahkan sebaiknya Pasar Niaga Daya dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar trasisonal yang lainnya dengan kata lain menjadikan Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri, menciptakan perdagangan yang berbasis syariah, dan sebaiknya kita rekrut para asosiasi pedagang dan pengelola pasar yang bisa berjalan sama-sama untuk mewujudkan pasar yang bernuansa syariah.

Rumusan Masalah II

Apa Manfaat Perdagangan Islami Bagi Pedagang di Pasar Niaga Daya?

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai pendapat tentang daya tertarik pedagang, dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu pedagang ramah dalam melayani pembeli, memberikan pelayanan yang optimal, sopan dan santun, menjaga kepercayaan pembeli, bertanggung jawab, dan harga barang-barang dengan mereka terjangkau.

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti tentang proses pembayaran antara pedagang dengan pembeli

di Pasar Niaga Daya dari lima informan hanya ada satu informan yang memiliki jawaban berbeda dengan informan lainnya. Namun, kesimpulan dari jawaban informan yaitu proses pembayaran antara pembeli dengan pedagang yang terjadi di pasar Niaga Daya adalah secara tunai dan secara kredit, akan tetapi yang boleh kredit hanyalah orang-orang tertentu saja.

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai keuntungan yang ditetapkan untuk setiap item barang dagangan dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah keuntungan yang ditetapkan di pasar niaga daya maksimal 20%.

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai manfaat perdagangan Islami dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang di Pasar Niaga Daya yaitu para pedagang bisa bersaing dengan sehat, masyarakat akan lebih tertatik berbelanja di Pasar Niaga Daya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, pedagang dengan pengelola pasar, dan perdagangan dengan pemebeli, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. Karena, dalam perdangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah, masyarakat akan tertarik berbelanja di pasar Niaga Daya, para pedagang bisa bersaing dengan sehat antar pedagan yang lainnya, menjalin silaturahmi yang baik antara sesama pedagang, antara pedagang dengan pengelola pasar dan antara pedagang dengan pembeli, serta bisa mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat.

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, dan MA yang diwawancarai oleh peneliti mengenai barang dagangan yang layak untuk dipasarkan dan layak untuk dipakai, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama tentang kelayakan barang dagangan yaitu barang dagangan layak untuk di pasarkan dan layak untuk dipakai atau layak untuk di konsumsi.

Berdasarkan Informan yang diwawancarai oleh peneliti mengenai DR, WN, MI, HA, dan HM Pasar Niaga Daya sudah memadai atau belum untuk

pemenuhan kebutuhan sehari-hari, dari tanggapan informan maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan informan sama mengenai Pasar Niaga Daya sudah memadai atau belum untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari yaitu Pasar Niaga Daya sudah memadai untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah pelayanan pedagang pada proses jual-beli di Pasar Niaga Daya berbeda-beda yaitu ada pedagang yang ramah, baik, dan sopan. Namun, ada juga pedagang yang kurang baik, kadang memaksa pembeli untuk berbelanja di tempat jualannya, dan ada juga pedagang yang suka menjelek-jelekan barang dagangan pedagang lain demi menarik pembeli berbelanja di tempat jualannya.

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang tingkat kepuasan pembeli berbelanja di Pasar Niaga Daya berbeda-beda yaitu ada pembeli yang cukup puas berbelanja di Pasar Niaga Daya karena mereka selalu mendapatkan barang-barang diinginkan dengan harga yang bersahabat dan khususnya kosmetik mereka selalu mendapatkan produk yang baru dengan kata lain masa spayernya masih lama. Akan Tetapi, ada juga pembeli yang kurang puas berbelanja di Pasar Niaga Daya karena kadang mereka mendapat pedagang yang tidak membolehkan untuk memakai terlebih dahulu barang yang hendak dibelinya khususnya pembeli pakaian terkadang baju atau celana yang mereka beli itu kebesaran atau kekecilan.

Berdasarkan Informan DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang apa yang membuat pembeli tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut adalah mereka tertarik berbelanja di Pasar Niaga Daya karena barang-barang di Pasar Niaga Daya harganya bersahabat dengan kata lain harganya terjangkau atau murah, selain itu tempatnya strategis dengan kata lain dekat dari rumah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Daya.

Berdasarkan Informan AK, SM, RS, HY, MA, DR, WN, MI, HA, dan HM yang diwawancarai oleh peneliti tentang harapan dan saran untuk Pasar Niaga Daya kedepannya dari hasil wawancara informan terdapat jawaban yang berbeda. Namun, kesimpulan dari jawaban informan tersebut yaitu semoga Pasar Niaga Daya kedepannya bisa lebih baik lagi baik itu dari segi bangunan maupun proses jual-beli, sebaiknya Pasar Niaga Daya memiliki ciri khas tersendiri, infrastruktur di Pasar Niaga Daya diperbaiki lagi, ketertiban dan kebersihan di Pasar Niaga Daya lebih di tingkatkan lagi, para pedagang mengutamakan kejujuran, keberkahan, dan bertanggung jawab dalam berdagang. Sebaiknya pengelola pasar juga bisa mengatur para pedagang agar para pedagang bisa berjualan dengan tertib, damai, dan para pedagang bisa bersaing dengan sehat, serta lebih menertibkan tempat parkir.

Sumber: Diolah Penulis, 2019.



FOTO-FOTO WAWANCARA BERSAMA INFORMAN



Foto Wawancara Ardi Kusuma Pedagang Pakaian, 28 Juli 2019.



Foto Wawancara Sumarni Pedagang Sandal dan Sepatu, 30 Juli 2019.



Foto Wawancara H. Rusdi Saputra pedagang Sembako, 01 Agustus 2019.



Foto Wawancara Harni Yanti Pedagang Kosmetik, 05 Agustus 2019.



Foto Wawancara Muh. Amir pedagang Sayuran, 05 Agustus 2019.



Foto Wawancara Desi Dewi Rastiani Pembeli Pakaian, 01 Agustus 2019.



Foto Wawancara Widia Ningsih Pembeli Sepatu dan Sandal, 04 Agustus 2019.



Foto Wawancara Muliati Pembeli Sembako, 05 Agustus 2019



Foto Wawancara Hasriani Pembeli Kosmetik, 05 Agustus 2019



Foto Wawancara Hasriani Pembeli Sayuran, 05 Agustus 2019



Foto Wawancara Sirajuddin Patappe, S.Sos Kepala Pasar, 08 Agustus 2019



Foto Wawancara Sinar Alam, S. Sos, 08 Agustus 2019.



Foto Wawancara Jasmiadi, SE Staf Adm/Keuangan, 08 Agustus 2019.



Foto Wawancara Masdar, S.Sos Kolektor, 08 Agustus 2019.



Foto Wawancara Rafiuddin S.SB Koordinator Kamanan dan Kebersihan,
08 Agustus 2019.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT-

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 2486/05/C.4-VIII/VII/37/2019

15 Dzulqa'dah 1440 H

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

18 July 2019 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala UPT P2T BKPM Makassar

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 750/C.4-II/VII/40/2019 tanggal 16 Juli 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SAINA NIRWANA

No. Stambuk : 10574 00054 15

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ekonomi Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya Menjadi Pasar Islami Berbasis AMTASIFA (Amanah, Tabliq Siddiq, Fathonah) Melalui IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah di Daya Kota Makassar)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 20 Juli 2019 s/d 20 September 2019.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.

NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 20029/S.01/FTSP/2019
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Wakil Kota Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2496/05/C.4-VIII/VII/1440/2019 tanggal 18 Juli 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : SAINA NIRWAN
Nomor Pokok : 105740005415
Program Studi : Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Sit Alaudin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" STRATEGI MEWUJUDKAN PASAR NEGA DAYA MENJADI PASAR ISLAMI BERBASIS AMTASIFA (AMANAH, TABLIQ SIDIQ, FATHONAH) MELALUI IPPS (KATAM PEDAGANG PASAR SYARIAH DI DAYA KOTA MAKASSAR) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 22 Juli s/d 22 September 2019

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditandatangani di Makassar
Pada tanggal : 18 Juli 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Sekolah Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangka / Pembina Utama Madya
Nip - 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,
2. Peringatan.

SIMPAP FTSP 19-07-2019





PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867
Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 22 Juli 2019

Kepada

Yth. DIR. PD. PASAR MAKASSAR RAYA
KOTA MAKASSAR

Di -

MAKASSAR

Nomor : 070/hp/1-II/BKBP/VII/2019
Sifat :
Perihal : Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 20029/S.01/PTSP/2019 Tanggal 18 Juli 2019, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa :

Nama : **SAINA NIRWANA**
NIM / Jurusan : 105740005415 / Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH
Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 259, Makassar
Judul : **"STRATEGI MEWUJUDKAN PASAR NIAGA DAYA MENJADI PASAR ISLAMI BERBASIS AMTASIFA (AMANAH, TABLIQ SIDDIQ, FATHONAH) MELALUI IPPS (IKATAN PEDAGAGU PASAR SYARIAH) DI DAYA KOTA MAKASSAR"**

Bermaksud mengadakan *Penelitian* pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka *Penyusunan Skripsi* sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal **22 Juli s/d 22 September 2019**.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui** dengan memberikan surat rekomendasi izin penelitian ini dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.



Dr. ANDI SYAHRUDIN, SE., M.Si

Pembina Tk. I

NIP. : 19660517 200112 1 002

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prov. Sul – Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prov. Sul Sel di Makassar;
3. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar ;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
PD. PASAR MAKASSAR RAYA KOTA MAKASSAR

Alamat: Jl. Kerung-Kerung No. 68 Makassar Telp.: (0411) 449421 - 452047



SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 070/490/PD. PSR/VII/2019

Menunjuk surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Nomor: 070/2891-II/BKBP/VII/2019 tertanggal 22 Juli 2019 perihal Izin Penelitian yang ditujukan kepada Direksi PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar, maka yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **THAMRIN MENSA, ST.,MM**
Jabatan : Direktur Umum
PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar

Menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : **SAINA NIRWANA**
Nim/Jurusan : 105740005415 / Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar
Judul : **" STRATEGI MEWUJUDKAN PASAR NIAGA DAYA MENJADI PASAR ISLAMI BERBASIS AMTASIFA (AMANAH, TABLIQ SIDDIQ, FATHONAH) MELALUI IPPS (IKATAN PEDAGANG PASAR SYARIAH) DI DAYA KOTA MAKASSAR "**

Diberikan izin untuk meneliti dalam lingkup PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar khususnya di Unit Pasar Niaga Daya mulai tanggal 22 Juli s/d 22 September 2019.

Demikian surat izin ini dikeluarkan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 26 Juli 2019

Direksi
PD. Pasar Makassar Raya



Tembusan :

1. Ketua Badan Pengawas PD. Pasar Makassar Raya di Makassar.
2. Direktur Utama PD. Pasar Makassar Raya di Makassar.
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar di Makassar.
4. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar.
5. Kepala Unit Pasar Niaga Daya di Makassar.
6. Mahasiswa yang bersangkutan.
7. Arsip.



PERUSAHAAN DAERAN PASAR MAKASSAR RAYA
UNIT PASAR NIAGA DAYA
KOTA MAKASSAR

Makassar, 28 Agustus 2019

Nomor : 044/PD.PMR/PSV-PND/VIII/2019

Kepada

Lampiran :

Yth : Bapak Pimpinan LP3I

Perihal : setelah penelitian

Di -

Makassar

Dengan Hormat :

Berdasarkan surat Dekan Pakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, No 750 C.4 – II /VII/40/2019. Tanggal 16 juni 2019 menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Saina Nirwana

No Stambuk : 105740005415

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Ekonomi Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Telah melakukan penelitian dan mengumpulkan data dalam rangkah penulisan Skripsi selama mulai tanggal 22 Juli s/d 22 september 2019 dengan Judul Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya menjadi Pasar Islamic Berbasis Ampasifa (Amana,Tablik ,Sidiq, Fathona) melalui IPPS (Ikatan Pedagang Pasar Syariah) di Daya Kota Makassar.

Demikianlah Surat Hasil Penelitian ini kami buat untuk di maklumi, di Ucapkan Jaza Kumullahu Khaeran Kafsiran.

Mengetahui :

Kepala Pasar Niaga Daya

Siraidin Ratappe, S.Sos



BIOGRAFI PENELITI



Saina Nirwana panggilan Inha lahir di Mamuju pada tanggal 13 September 1997 dari pasangan suami istri Bapak Alm. H.Bumbung dan Ibu Hj. Markisa. Peneliti adalah anak ketiga dari tiga bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jln. Talasalapang II, Kompleks P&K Blok i2 No 4, Kec. Rappocini, Kota Makassar. Pendidikan yang telah di tempuh oleh peneliti yaitu mulai Masuk di Sekolah Dasar pada tahun 2003 tepatnya di SD Inpres Salu Kue lulus pada tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMPS Salu Kayu IV lulus pada tahun 2012, selanjutnya penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Sampaga lulus pada tahun 2015, dan mulai tahun 2015 penulis mengikuti program Studi Ekonomi Islam S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Islam S1 Universitas di Muhammadiyah Makassar.