
PERSAINGAN USAHA ANTARA WARUNG KOPI MODERN DAN WARUNG KOPI TRADISIONAL DI KOTA SAMBAS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH

BUSINESS COMPETITION BETWEEN MODERN COFFEE STORE AND TRADITIONAL COFFEE STORE AT SAMBAS CITY IN SHARIA BUSINESS ETHICS PERSPECTIVE

Titus Nursiwan¹, Budi Iswanto², Munadi³

¹Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin, Sambas, 79460

^{2,3}Pascasarjana, Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin, Sambas, 79460

¹almair.rafa@gmail.com, ²iswantob69@gmail.com, ³munadi176176@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis cafe saat ini semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana cafe kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan ataupun bagian dari suatu gaya hidup kelompok individu. Di Kota Sambas, perkembangan bisnis Cafe semakin meningkat pesat. Persaingan antara pelaku bisnis cafe pun tidak dapat dihindari, salah satu bentuk persaingan itu adalah dalam bentuk seperti Produk, Pelayanan, Tempat, Harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik cafe di Kota Sambas. Bentuk persaingan bisnis yang dilakukan oleh pemilik cafe di Kota Sambas. Penerapan etika bisnis Islam pada pemilik cafe di Kota Sambas. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode Deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Persaingan mengenai produk, para pemilik cafe memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis cafe di Kota Sambas adalah hal yang wajar terjadi. Persaingan tempat pada para pemilik bisnis cafe tidak terjadi karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Persaingan pelayanan para pemilik bisnis Cafe di Kota Sambas mayoritas sudah baik. 2) Persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis cafe di Kota Sambas sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan

Kata Kunci: Strategi, Persaingan bisnis, Cafe, dan Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

The cafe business is currently growing in the community, where the cafe has now transformed into part of a habit or part of an individual group's lifestyle. In the city of Sambas, the development of the cafe business is increasing rapidly. Competition between cafe business people is unavoidable, one form of competition is in the form of products, services, places, prices. This study aims to determine the strategies used by cafe owners in Sambas City. The form of business competition carried out by cafe owners in Sambas City. Application of Islamic business ethics to cafe owners in Sambas City. The type of research used in this thesis is a qualitative descriptive method, the data in this study were obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique is using qualitative data analysis. The results of this study indicate that 1) Competition regarding products, cafe owners understand in detail each product they have. Price competition that occurs in cafe business owners in Sambas City is a natural thing to happen. The competition for places among cafe business owners does not occur because basically they say that there is already a set of fortune. The service competition for the cafe business owners in the city of Sambas is mostly good. 2) Competition that occurs in cafe business owners in Sambas City is in accordance with existing Islamic business ethics, this is based on the principles of Islamic business ethics that have been applied.

Keywords: Strategy, Business Competition, Cafe, and Islamic Business Ethics..

A. PENDAHULUAN

Kota Sambas terletak di Ibukota Kabupaten Sambas yaitu salah satu Kabupaten yang terletak di Pantai Utara Provinsi Kalimantan Barat. Kabupaten Sambas perbatasan, berbatasan langsung dengan Negara Malaysia di bagian Timur yaitu Serawak. Saat ini Kabupaten Sambas sedang membangun yang dalam pembangunannya tersebut berimplikasi pada perkembangan kotanya dari aspek ekonomi, sosial, budaya dan berbagai aspek lainnya. Perkembangan pembangunan ini terutama pada aspek ekonomi menambah penghasilan masyarakat, salah satu aspek ekonomi tersebut adalah dengan menjamurnya keberadaan warung-warung kopi yang selalu ramai di kunjungi peminat kopi. Budaya minum kopi atau ngopi berkembang seiring dengan maraknya tempat-tempat untuk minum kopi, baik warung yang masih tradisional maupun setengah modern. Disini para pengunjung tidak lagi hanya minum kopi, tapi juga melakukan aktifitas lain seperti merokok, bernegosiasi barang/jasa, bertukar pikiran, dan lain-lain. Di berbagai sudut Kota Kabupaten Sambas yang terletak di Kecamatan Sambas banyak bermunculan kedai kopi yang membuat persaingan semakin ketat. Hampir tidak ada kecamatan maupun desa ini yang tidak ada tempat ngopi.

Warung adalah usaha kecil milik keluarga yang berbentuk kedai, kios, toko kecil, atau restoran sederhana, istilah warung dapat ditemukan di Indonesia dan Malaysia. Warung adalah salah satu usaha mikro dan juga bagian penting dalam kehidupan keseharian rakyat Indonesia. Sementara warung yang menjual makanan umumnya dapat menjual panganan sederhana gorengan seperti pisang goreng dan kopi. Selain menjual masakan Indonesia, beberapa warung menjual makanan Asia dan Barat, makanan seperti nasi goreng dan mie goreng lazim ditemukan di warung. Istilah warung juga merujuk kepada toko atau kedai, dan menjadi dasar istilah lain. Termasuk pada warung kopi, diadopsi dari kata warung yang dibubuhi dengan kata kopi.

Bisnis warung Kopi saat ini semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana warung Kopi kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan ataupun bagian dari suatu gaya hidup kelompok individu. Pada kalangan bisnis misalnya, warung Kopi berubah menjadi lokasi pertemuan bisnis, dimana mereka memanfaatkan warung Kopi sebagai tempat untuk membicarakan berbagai hal mengenai bisnis mereka dalam setting yang tidak terlalu formal. Warung Kopi juga menjadi suatu media bersosialisasi pada berbagai kalangan, yang mana kita dapat menjumpai warung Kopi yang dipenuhi oleh kalangan anak muda yang berkumpul bersama relasinya dan terlibat dalam suatu pembicaraan ringan seputar kehidupan mereka. Pengunjungnya pun berasal dari latar belakang yang beragam, mulai dari kalangan pengusaha, pegawai (negeri dan swasta), mahasiswa/pelajar bahkan ada juga komunitas-komunitas tertentu. Dari segi kenyamanan pun, warung Kopi memang memiliki nilai lebih karena suasananya tidak terlalu formal dan bisa jauh lebih santai.

Bisnis warung Kopi memang tidak bertujuan seratus persen menjual secangkir atau segelas kopi karena mereka juga menjual suasana dan gaya hidup yang baru yaitu gaya hidup ala eksekutif yang suka akan kepraktisan dan tempat yang nyaman. Istilah warung Kopi sendiri banyak digunakan oleh masyarakat perkotaan karena dianggap lebih modern sebab lebih banyak menawarkan berbagai konsep, mulai dari penyediaan menu, tempat baca dan adapula warung Kopi yang mengusung konsep gemerlang, hingga penyediaan fasilitas internet yang saat ini sudah banyak diminati oleh para pengunjung (Alfian Padirman, 2008).

Secara tidak langsung warung Kopi-warung Kopi di Kota Sambas ini mulai menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi pemilik usaha tersebut. Hal ini dikarenakan, warung Kopi-warung Kopi ini memiliki fasilitas penunjang bagi para pengunjungnya seperti halnya wifi, livemusic dan juga desain unik yang membuat kepentingan dari berbagai lapisan masyarakat di Kota Sambas dapat terpenuhi. Bagi para pekerja kantoran dan remaja yang bisa mengerjakan tugasnya di warung Kopi dengan didukung oleh wifi dengan kecepatan yang cukup bagus, selain itu bagi kalangan tertentu untuk mencari hiburan baik itu perorangan

maupun keluarga misalnya bisa berkunjung ke warung Kopi karena adanya hiburan seperti live-music. Serta masih banyak hal lainnya alasan mengapa warung Kopi-warung Kopi di Kota Sambas ini laris dikunjungi setiap harinya.

Di Kota Sambas, perkembangan bisnis Warung Kopi semakin meningkat pesat. Hal ini terbukti dengan mudahnya ditemukan café-café di Kota Sambas. Jumlah café yang ada di Kota Sambas berjumlah sekitar puluhan. Semakin meningkatnya bisnis warung Kopi di Kota Sambas, memberikan dampak positif termasuk dalam hal ini tebukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat Kota Sambas.

Selain itu, juga telah memberikan harapan baru bagi pelaku usaha lainnya juga ikut membuka bisnis warung Kopi. Namun, lahirnya peluang ini, tidak secara serta merta melahirkan hal yang positif. Persaingan antara pelaku bisnis warung Kopipun tidak dapat dihindari, bukan hanya persaingan sehat yang ada, terkadang persaingan tidak sehatpun tidak dapat dihindari. Salah satu bentuk persaingan adalah dalam bentuk penggunaan strateginya. Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai oleh perusahaan (Fred R. David, 2006).

Sedangkan menurut Kotler, strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan, sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan. Selain penggunaan strategi, penerapan etika menjadi hal yang penting untuk menghindari persaingan yang tidak sehat antar pelaku bisnis.

Salah satu tujuan esensial penegakan etika dalam bisnis adalah agar seluruh perusahaan memahami dengan baik bagaimana berbisnis sebenarnya bukan hanya berorientasi pada profit semata (Irham Fahmi, 2013).

Sebagaimana bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan bisnis tidak bebas nilai dan bisnis merupakan bagian dari sistem sosial (Irham Fahmi, 2013: 280). Islam mengkombinasikan nilai-nilai spritual dan material dalam kesatuan yang seimbang. Tetapi persoalan kemudian bahwa konsep materialistis yang berkembang di alam moderen sekarang ini telah membawa manusia pada kondisi dimana nilai-nilai spritual telah terpinggirkan (Faisal Badroen, 2006). Mengatasi masalah ekonomi itu, Islam sebagai suatu agama yang diyakini oleh umat muslim memberikan solusi terbaik. Karena dalam prakteknya tidak akan pernah terlepas antara ekonomi dan akhlak dalam ajaran Islam. Oleh sebab itu, pelaku bisnis itu haruslah menanamkan nilai-nilai akhlaki (etika) (Faisal Badroen, 2006).

Seiring dengan perkembangan fasilitas yang ada, warung kopi terus memberikan desain tempat yang modern dan tentunya tidak lepas dari kesan kopinya, hal ini juga memberikan terobosan baru pada cita rasa kopi yang ditawarkan. Dulunya warung kopi hanya menawarkan kopi yang diseduh menggunakan air panas sekarang sudah memakai alat dan mesin kopi yang memberikan cita rasa tersendiri bagi penikmatnya, hal ini senada dengan anggapan masyarakat Indonesia bahwa ada harga kualitas. Selain warung kopi juga memiliki penikmat tersendiri, biasanya para penikmat ini berusia antara dua puluh tahun sampai dengan lima puluh tahun yang dimana biasanya memilih tempat warung kopi untuk hanya sekedar berbincang-bincang ringan antara teman dan sahabat atau bahkan digunakan untuk melakukan pertemuan bagi sekelompok orang-orang yang mendiskusikan sesuatu yang bersifat rahasia yang dimana tempat ini sangat cocok untuk itu, selain tempat ini tidak terlalu formal dan mengikat, harga dari jasa warung kopi tidak semahal dengan restoran-restoran.

Seiring dengan perkembangan Kota Sambas yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat yang menjadikan nongkrong sebagai salah satu lifestyle, warung kopi yang biasanya hanya menyediakan kopi dan gorengan, kini mulai bertransformasi menjadi warung yang lebih modern, hal ini memicu juga banyaknya muncul dan berkembang tempat-tempat hang-out atau hanya sekedar tempat nongkrong yang cocok untuk segala umur yang penulis kategorikannya termasuk kafe dan juga masuk sebagai bentuk usaha kecil

karena pendapatan pertahunnya di atas Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah) sesuai dengan yang disebutkan di Pasal 6 UU. No 20 Tahun 2008 tentang Koperasi dan UMKM. Secara tidak langsung kafe-kafe di Kota Sambas ini mulai menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi pemilik usaha tersebut. Bagaimana tidak, kafe-kafe ini selain memiliki fasilitas penunjang bagi para pengunjungnya seperti halnya wi-fi, live-music, dan juga desain yang unik membuat kepentingan dari berbagai lapisan masyarakat di Kota Sambas bisa terpenuhi. Halnya dengan para pekerja kantoran dan remaja yang bisa mengerjakan tugasnya di kafe dengan didukung oleh wi-fi dengan kecepatan yang cukup bagus, selain itu bagi kalangan tertentu untuk mencari hiburan baik itu perorangan maupun keluarga misalnya bisa berkunjung ke kafe karena adanya hiburan seperti live-music. Dan masih banyak hal lainnya alasan mengapa kafe-kafe di Kota Sambas ini laris dikunjungi setiap harinya. Dengan semakin banyaknya warung kopi maupun kedai kopi yang berdiri maka akan semakin terlihat adanya persaingan bisnis warkop yang semakin ketat. Yang akan menyebabkan banyak warkop yang menawarkan promo. Selain itu bagaimana cerdasnya para owner pemilik kedai kopi maupun pemilik warung kopi untuk membuat inovasi supaya warung maupun kedainya tidak lekang oleh zaman.

Ruang lingkup Persaingan yang terjadi itu sendiri meliputi baik dari faktor internal maupun faktor eksternal yaitu seluruh atribut dalam aspek kinerja, aspek preferensi konsumen dan aspek regulasi. Indikator kinerja yang digunakan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, seperti perkembangan jumlah pengunjung dan permintaan produk. Semakin efisien transformasi itu dilakukan semakin produktif pelaksanaan manajemen operasinya (R Heru Kristanto, 2009).

Ketika wirausaha terjun kedalam bisnis akan berhadapan dengan kekuatan diluar perusahaan, M Porter mengungkapkan “kekuatan kolektif akan mendatangkan persaingan dan menentukan potensial laba pokok dalam industri dimana potensial laba diukur dari tingkat pengembalian investasi.”Praktis semua bisnis dalam perekonomian akan menghadapi persaingan. Perusahaan tidak akan bisa bertahan jika ia tidak memberikan dan mempertahankan keuntungan persaingan seperti produk yang bermutu tinggi, pelayanan yang lebih baik, waktu pemberian yang lebih singkat atau harga yang relatif lebih rendah. Jenis keuntungan tersebut merupakan sebab mengapa para pelanggan membeli suatu barang ke tempat tertentu.

Analisis kinerja fungsional Aspek preferensi konsumen mencakup human resource (terkait pelayanan yang diberikan), harga dan lokasi. Dalam dunia bisnis atau dalam hal usaha aspek preferensi konsumen juga diperhitungkan dimana aspek preferensi konsumen meliputi pelayanan dan harga. Tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image, atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, tenaga dan biaya pikiran. Karena setiap bisnis usaha umumnya cenderung menghadapi berbagai jenis tekanan persaingan yang harus dikendalikan perusahaan (R Heru Kristanto, 2009: 95).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk barang atau jasa yang diterimanya, konsumen akan memebandingkan pelayanan yang diberikan apabila konsumen benar-benar puas mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, (kepuasaan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Sedangkan dalam faktor eksternal dari persaingan antara kedai kopi dengan warung kopi dari aspek regulasi dimana sebuah norma atau hukum yang mengatur terkait usaha atau diatur dalam KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha). Sudah adanya atauran yang jelas bagaimana dalam bersaing para pengusaha namun apakah dalam praktiknya para pengelola.

Regulasi adalah menegendalikan perilaku manusia atau masyarakat dengan aturan atau pembatasan, regulasi dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, misalnya: pembatasan hukum diumumkan oleh otoritas pemerintah, regulasi pengaturan diri oleh suatu industri seperti melalui asosiasi perdagangan, regulasi sosial(misalnya norma), co-regulasi dan pasar. Sedangkan regulasi bisnis dalah pengendalian perilaku manusia dalam sektor bisnis dengan aturan atau pembatasan yang dilakukan oleh suatu negara. Dimana regulasi yang ada dal peraturan bisnis ada di KPPU komisi pengawas persaingan usaha. Berangkat dari suatu fenomena yang ada penulis menyimpulkan ingin lebih mendalami “Persaingan Usaha Antara Warung Kopi Modern Versus Warung Kopi Tradisional di Kabupaten Sambas Perspektif Ekonomi Syariah.

B. METODE

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu berdasarkan tempat. Penelitian lapangan pada penelitian ini berjenis deskriptif dengan sifat penelitian kualitatif yaitu menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, variabel dan fenomena yang terjadi di saat penelitian berlangsung dan menyajikan apa adanya. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui tentang penggalian kontribusi pasar tradisional Galing dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Pada Penelitian deskriptif yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menggambarkan penggalian kontribusi pasar tradisional Galing dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian yakni pasar Rabu Kecamatan Galing Kabupaten Sambas. Sedangkan Data sekunder adalah data dari orang lain diluar diri penyelidik sendiri. Dalam tehnik pengumpulan data ini, penulis menggunakan teknik: Wawancara, Dokumentasi, Observasi. Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data-data yang ada.

C. PEMBAHASAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kontribusi Pasar Tradisional Galing Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Berdasarkan hasil dari *Focus Group Discussion* (FGD), pedagang Lokal dan Tempatan menyatakan bahwa Rata-rata pedagang yang berdagang di Pasar *Rabo* Galing sudah mulai berdagang sejak tahun 1998 sampai sekarang. Para pedagang menjatuhkan pilihan mereka untuk berdagang di Pasar *Rabo* Galing karena beberapa alasan diantaranya: Pembeli di Pasar *Rabo* Galing termasuk ramai, dan terltak ditempat yang strategis, sehingga banyak dikunjungi oleh pembeli baik dari jalur sungai maupun jalur darat.

Pedagang yang terdapat di Pasar *Rabu* Galing rata-rata adalah pedagang turun temurun artinya sifat pedagang yang mewariskan jenis barang dagangannya maupun tempat atau Los dagangan mereka kepada anak dan keturunannya, rata-rata pedagang saat ini adalah generasi ketiga dari pedagang tersebut.

Adapun pedagang yang berasal dari luar rata-rata pedagang mulai berdagang di pasar tradisional *Rabu* Galing sejak setelah pasar galling terbakar pada hari Rabu tanggal 24 Mei tahun 2000 sekitar pukul 07,00 WIBA yang menghabiskan separuh pasar Galing dari hulu sampai tengah lebih kurang 1 jam. Mereka berdagang di pasar tradisional *Rabu* Galing karena pendapatan mereka meningkat setelah mereka mencoba berjualan dipasar tersebut, karena harga pada pasar tradisional *Rabu* Galing cenderung lebih murah, sehingga pembelinya ramai dan dapat meningkatkan pendapatan pedagang tersebut. Untuk menjadi pedagang/ berdagang dipasar tradisional *Rabu* Galing tidak ada syarat

khusus yang harus dipenuhi oleh pedagang yang berasal dari luar Galing tersebut. Sampai saat ini kontribusi yang diberikan pedagang dari luar Galing terhadap desa Galing baru berupa ikut meramaikan pasar tradisional *Rabu Galing* dengan menjadi pedagang dipasar tersebut.

Kontribusi yang dihasilkan dari pedagang luar Galing tersebut adalah dengan membayar sewa kepada pemilik lapak sehingga menambah pendapatan masyarakat setempat yang diantaranya ada juga sebagai pedagang. Dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing*, pedagang luar sangat terbantu karena mereka bisa ikut berdagang dan menambah penghasilan mereka.

Para pedagang yang berjualan di pasar tradisional *Rabu Galing* pada umumnya bersifat transparan dan jujur dalam berjualan. Timbangan yang mereka gunakan selama berjualan juga baik dan benar. Selama mereka berjualan tidak pernah kehilangan barang dagangan mereka meskipun barang dagangan mereka ditinggalkan atau tidak ada yang menjaganya. Jika barang dagangan mereka dibeli oleh pembeli dalam jumlah yang banyak biasanya pedagang juga memberikan potongan harga, selama berdagang di pasar tradisional *Rabu Galing* hampir tidak ada kendala yang dihadapi oleh pedagang asal luar Galing.

Keinginan para pedagang untuk terus berdagang di Pasar *Rabu Galing* karena dari segi pendapatan, pendapatan pedagang yang berjualan di *pasar tradisional Rabu Galing* mengalami peningkatan atau penghasilan para pedagang meningkat dibandingkan dengan berdagang di tempat lain. Peningkatan pendapatan ini terutama pada saat hari pasar atau pada hari *Rabu* dibandingkan dengan berdagang pada hari-hari biasanya.

Penghasilan para pedagang dari hasil berdagang di pasar tradisional *Rabu Galing* bervariasi. Biasanya bisa mencapai tiga kali lipat dari hasil keuntungan biasanya, misalnya berjualan dihari-hari biasa hanya mendapatkan keuntungan Rp 200.000 maka berjualan di pasar tradisional *Rabu Galing* bisa mencapai sampai Rp 600,000.

Berdagang dipasar tradisional *Rabu Galing* hanya perlu ada lapak yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri maupun disewa/dipinjam dengan model pembayaran sewa sesuai kesepakatan antara pedagang dengan pemilik lapak dengan harga yang bervariasi bahkan ada yang tidak perlu membayar sewa, cukup dibayar barter dengan barang dagangan kepada pemilik lapak.

Meskipun secara kasat mata kios dan lapak di Pasar Tradisional Galing belum tertata dengan rapi dikarenakan pedagang yang berjualan tersebut menjual barang dagangannya kebanyakan dikaki lima depan toko/ruko atau tempat tinggal masyarakat, namun lapak yang mereka miliki sifatnya tetap/ tidak berpindah-pindah, karena Sarana /prasarana yang tersedia seperti kios dan lapak sebagian besar milik pribadi belum ada fasilitas umum. Meskipun ada bangunan kios yang dibangun oleh Pemerintah Kecamatan Galing seperti kios untuk penjual ikan dan penjual sayur namun kurang dimanfaatkan oleh masyarakat dan mereka lebih memilih berdagang dikaki lima/ pinggir jalan.

Hal yang menarik pula yang terjadi di Pasar Tradisional *Rabu Galing* adalah berdagang merupakan pekerjaan sampingan dari para pedagang tersebut. Pekerjaan tetap para pedagang tersebut adalah petani atau berkebun.

Adapun jenis barang yang diperdagangkan di pasar tradisional *Rabu Galing* sangat bervariasi dengan jenis diantaranya:

- a. Sembako
- b. Perabot rumah tangga
- c. Pakaian
- d. Lauk pauk seperti ikan, daging sapi, daging ayam, siput dll
- e. Sayur Mayur
- f. Jajanan dll

Dalam pelaksanaan jual beli, di pasar tradisional *Rabu Galing* ada proses tawar menawar juga antara penjual dan pembeli meskipun rata-rata harga sudah mengikuti harga yang standar atau umum. Dipasar tradisional *Rabu Galing* apabila terdapat barang yang cacat tidak dijual, pedagang hanya menjual barang yang layak untuk diperjual belikan saja.

Hadirnya pasar tradisional *Rabu Galing* sangat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan pedagang secara umum sehingga mereka bisa bertahan berdagang hingga belasan sampai puluhan tahun.

Strategi menghadapi persaingan dengan pasar modern dengan tetap mengutamakan dan mempertahankan kualitas barang namun bias dijual dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan harga barang dipasar yang lain.

Pasar tradisional *Rabu Galing* terbentuk dengan sendirinya dan merupakan pasar penyangga, maka potensi yang bisa dikembangkan dalam bentuk potensi wisata atau dengan kata lain pasar sekaligus tempat wisata, misalnya wisata sejarah. Sebagian besar pedagang sangat bersyukur dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing*. Mereka berharap pasar ini tetap ada, dikelola dan ditata oleh pemerintah serta dikembangkan menjadi lebih baik, karena pedagang dan masyarakat sangat terbantu dengan adanya pasar tersebut.

Dalam sejarah perkembangan Pasar tradisional *Rabu Galing*, pada tahun 1968 sejak masih menjadi bagian dari Kecamatan Teluk Keramat, orang-orang yang sakit /ingin berobat menunggu setiap hari Rabu petugas kesehatan datang untuk memeriksa kesehatan masyarakat, sehingga dihari Rabu selalu ramai. Dengan adanya aktifitas yang selalu membuat masyarakat ramai dihari Rabu mendorong masyarakat untuk memanfaatkan hari tersebut berjualan/berdagang. Sampai akhirnya desa Galing menjadi Kecamatan tersendiri yaitu Kecamatan Galing aktifitas berdagang dihari Rabu terus berlanjut sampailah hingga saat ini.

Dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing* masyarakat dapat berdagang dan meningkatkan pendapatan mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Belum ada pihak yang mengelola pasar tradisional *Rabu Galing*. Dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing* niat beli masyarakat juga meningkat, hal ini dikarenakan barang kebutuhan yang tersedia dipasar tradisional *Rabu Galing* juga lengkap.

Meskipun pengelola pasar tradisional *Rabu Galing* belum terbentuk, namun penerapan prinsip-prinsip syariah dalam proses perdagangan sudah diterapkan oleh pedagang seperti prinsip kejujuran baik dalam proses jual beli maupun penggunaan timbangan.

Kondisi pasar tradisional *Rabu Galing* ditinjau dari ramainya pembeli dari tahun ke tahun mengalami peningkatan kecuali saat pandemi covid 19 ditahun 2019 melanda negeri ini, dimana pasar tradisional *Rabu Galing* sedikit mengalami penurunan pembeli, kondisi pasar agak sepi dibanding dengan hari-hari sebelum pandemi covid 19 melanda. Namun sejak berdirinya hingga sebelum bencana covid 19 melanda, masyarakat sangat terbantu dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing* tersebut. Kehidupan masyarakat membaik dengan meningkatnya pendapatan mereka dari hasil jual beli dipasar tersebut.

Para pedagang yang ada dipasar tradisional *Rabu Galing* memiliki ikatan emosional yang kuat. Mereka semua saling membantu dikarena sudah sangat lama berdagang bersama-sama. Jadi komunikasi yang terbangun antara mereka sangat baik bahkan sudah seperti saudara sendiri. Fasilitas yang ada dipasar tradisional *Rabu Galing* rata-rata milik pribadi masyarakat, kecuali bangunan kios tempat berjualan sayur dan lauk pauk dibangun oleh pemerintah Kecamatan Galing namun kurang dimanfaatkan oleh pedagang.

Belum ada sumbangan yang diberikan dari berdirinya pasar tradisional *Rabu Galing* terhadap peningkatan pendapatan Desa. Dengan adanya pasar tradisional *Rabu*

Galing sangat membantu masyarakat desa Galing yang sebagian besar juga petani atau berkebun dalam menjual hasil pertanian atau perkebunannya.

Sejauh ini pemerintah desa Galing hanya menghimbau kepada pedagang untuk tetap menjaga kebersihan dan tetap tertib/rapi dalam berdagang serta ikut juga dalam menjaga keamanan dan ketertiban pasar. Belum ada lembaga khusus yang mengelola pasar tradisional *Rabu* Galing. Peran Dinas perdagangan dalam pengelolaan pasar tradisional *Rabu* Galing juga belum nampak. Ada bantuan pemerintah kecamatan untuk penataan pasar tradisional *Rabu* Galing berupa bangunan kios untuk berjualan sayur dan lauk pauk namun kurang dimanfaatkan oleh masyarakat. Pemerintah desa sangat berharap ada perhatian dari pemerintah Kabupaten untuk penataan dan pengelolaan pasar tradisional *Rabu* Galing agar lebih baik dan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat luar untuk tidak hanya berdagang namun juga berbelanja sekaligus berwisata dipasar tradisional tersebut Pemerintah desa Galing juga berharap pasar tradisional *Rabu* Galing dapat dikembangkan menjadi pasar tradisional berbasis syariah dan menjadi ikon pasar tradisional bagi Kabupaten Sambas.

Dalam sejarah Islam terutama dalam Bidang Ekonomi Syariah, Rasulullah adalah seorang pedagang dan memulai aktifitas berdagang sejak usia 7 tahun saat itu beliau diajak oleh pamannya Abi Thalib berdagang ke negeri Syam. Beliau sangat menolak penentuan kebijakan penetapan harga, selama kenaikan maupun penurunan harga yang terjadi di pasar dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran murni, bukan faktor monopoli maupun tindakan curang lainnya.

Dalam mekanisme pasar Islami pembentukan harga dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan pasar dimana transaksi yang terjadi antara pedagang dan pembeli dilandasi oleh faktor suka sama suka. Disuatu pasar yang adil, tidak boleh ada intervensi harga dari pihak manapun. Ini pulalah menjadi salah satu alasan para pedagang berjualan di pasar tradisional *Rabu* Galing yaitu terkait harga, karena harga yang ditetapkan merupakan harga yang ditetapkan oleh masing-masing pedagang mengikuti harga yang berlaku secara umum dan tidak adanya intervensi Pasar dari Pemerintah Daerah.

a. Harga produk yang lebih murah

Peminat pasar ini cukup besar terutama diakhir pekan, pasar *Rabu* Galing termasuk pasar dengan harga yang lebih murah dari pasar pada umumnya. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

- 1) Tidak adanya intervensi harga dari pihak manapun kecuali jika terjadi kekacauan harga.
- 2) Biaya produksi murah
- 3) Biaya retribusi rendah

Harga merupakan salah satu pertimbangan dalam memutuskan untuk berbelanja. Pertimbangan mendasar dari konsumen dalam membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari adalah harga. Harga yang lebih rendah akan lebih diminati sebab akan mengurangi biaya kebutuhan sehari-hari sehingga dapat dialihkan kepada kebutuhan lainnya.

Rasulullah sangat tidak setuju dengan penentuan harga, harga adalah hal yang alami dan berjalan apa adanya, pemerintah tidak boleh melakukan intervensi dipasar kecuali memang keadaan darurat, misalnya terdapat penimbunan barang, monopoli dan sebagainya. Jika terjadi hal seperti itu maka pemerintah boleh melakukan intervensi terhadap harga-harga dipasar.

Selain itu intervensi, harga dipengaruhi pula oleh besar kecilnya biaya produksi yang dikeluarkan. Hal ini tentu mempengaruhi harga yang diberikan pedagang. Karena semakin sedikit biaya yang dikeluarkan untuk modal, maka semakin rendah pula harga yang didapatkan pembeli. Menurut Ibnu Taymiyah faktor

yang mempengaruhi permintaan dan konsekuensinya terhadap harga salah satunya adalah tambahan biaya yang dibebankan bagi pedagang seperti sewa dan sebagainya. Dengan jenis produk yang sama pedagang yang memiliki tanggungan lebih besar akan memberikan harga tinggi dibandingkan pedagang yang tidak memiliki beban tanggungan biaya sewa.

b. Produk yang dijual lebih bervariasi

Pasar *Rabu* Galing adalah pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang baik. Produk yang dijual di pasar ini adalah: beras, minyak goreng, gula putih, gula merah, telur, kacang tanah, tempe, tahu, bawang merah, telur, rempah-rempah, barang campuran, makanan ringan, minuman kemasan (*sacshet*, botol, kaleng), mie instant, detergen, kecap, saos, bumbu instant, baju pria, baju wanita, celana, kerudung, rok, pakaian dalam, sarung, sepatu/sandal, cakar, bedak, aneka aksesoris wanita, aneka sayur dan buah-buahan, jasa penggilingan kelapa, ikan laut, ikan air tawar, ikan asap, ikan kering, ayam potong, daging sapi, udang, cumi, kepiting, aneka jenis kue, pisau, aneka pecah belah, aneka peralatan rumah dari plastic, mainan anak, bantal, aneka jenis obat, mie ayam, kopi, gado-gado, nasi kuning, gorengan, dll.

Bervariasinya produk yang ditawarkan akan mendorong permintaan yang tinggi. Permintaan barang dagangan menurut Islami hanya melakukan permintaan untuk barang-barang yang *halal dan thayyib*, tidak ada permintaan barang untuk tujuan kemewahan dan kemubaziran.

Sejalan dengan permintaan di pasar *Rabu* Galing yang pada umumnya melakukan pembelian untuk barang kebutuhan sehari-hari saja. Pedagang dipasar ini menjual barang yang diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dengan memperhatikan perlindungan terhadap sumber daya alam dan lingkungan.

Sayur dan buah yang masih segar, ikan, udang, daging yang masih segar menjadi salah satu alasan masyarakat memutuskan untuk membeli barang di pasar ini. Banyaknya jumlah pedagang dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan membuat pembeli di pasar *Rabu* Galing lebih banyak. Produk yang bervariasi menjadi salah satu potensi pasar ini.

c. Waktu dan Lokasi yang strategis

Pasar tradisional *Rabu* Galing berada di Desa Galing Kecamatan Galing, Kabupaten Sambas. Lokasi ini berada dipusat Kabupaten Galing, dekat persimpangan menuju perbatasan Aruk Kecamatan Sajingan. Pada hari Rabu merupakan hari pasar bagi penduduk setempat, sehingga ramai dikunjungi para pembeli yang berdatangan dari daerah sekitar Kecamatan Galing maupun yang datang dari Kecamatan dan Desa-desa terdekat.

Daerah yang mudah dijangkau melalui darat dan melalui transportasi sungai. Pasar ini berada tepat di pinggir Sungai Sambas Kecil. Pada waktu subuh hingga pukul sembilan merupakan nilai tambah dari pasar *Rabu* Galing karena pembeli di pasar ini kebanyakan adalah ibu rumah tangga biasanya sebelum memulai aktifitas terlebih dahulu ke pasar untuk menyiapkan kebutuhan harian. Dengan waktu buka yang lebih pagi, ini maka membuka peluang untuk mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dari pasar yang lainnya.

d. Perlu adanya perbaikan sistem pasar tradisional *Rabu* Galing

Perlu adanya perbaikan sistem dengan pengadaan kantor pengelola, tempat pembuangan dan pengelolaan sampah yang memadai dan toilet umum. Selain itu pengelolaan operasional terpisah dari pemerintah daerah, dan keterlibatan Pemerintah Daerah secara langsung.

e. Sebagai tempat wisata

Karena letaknya didekat pantai maka pasar ini dapat dijadikan tempat wisata, penyediaan souvenir bagi pendatang. bahkan dengan kondisi ini pasar *Rabu*

Galing dapat dipadukan unsur bisnis dan wisata pantai yaitu pasar dan view pantai, menjadikan pasar *Rabu Galing* pusat informasi tempat wisata di Kabupaten Sambas.

Pasar *Rabu Galing* dapat dikembangkan dengan adanya transportasi/penyewaan kendaraan menuju tempat wisata. Info penginapan /hotel sekitar tempat wisata di Kabupaten Sambas sebagai salah satu tujuan wisata Kalimantan Barat, apalagi dengan adanya Perbatasan Aruk di Kecamatan Sajingan yang mendapatkan perhatian yang lebih dari Pemerintah Pusat.

Beberapa saran pengembangan diatas diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pasar *Rabu Galing* sehingga berdampak pada kesejahteraan masyarakat tidak hanya para pedagang tetapi masyarakat Kabupaten Sambas secara umum.

Dengan adanya pasar tradisional *Rabu Galing* ini terjadi peningkatan pendapatan perdagangan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Kabupaten Sambas. dalam mewujudkan kemandirian baik individu maupun masyarakat dengan melakukan kegiatan produktif hal itu bertujuan agar tercapainya kesejahteraan umat dan tidak bergantung pada orang lain.

Bangsa yang merdeka adalah bangsa yang mampu memberdayakan rakyatnya untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa adanya ketergantungan dengan Negara lain.

Dengan pembangunan pasar yang sedemikian rupa, hal yang tidak boleh dihilangkan adalah secara sosiologis dan kultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual beli barang atau jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling berinteraksi social atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota.

B. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dipasar Tradisional Galing

a. Kehalalan Produk

Perdagangan merupakan instrument penting dalam aktifitas perdagangan, barang-barang yang ada di pasar merupakan instrument yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Jenis usaha dan produk yang ada di pasar tradisional *Rabu Galing* adalah sebagai berikut: Dari hasil pengamatan terhadap jenis – jenis produk yang ada di pasar tradisional *Rabu Galing*, peneliti dapat menyimpulkan bahwa barang yang dijual oleh pedagang di pasar tersebut adalah barang yang secara hukum Islam diperbolehkan.

Selain dari aspek dzatnya dalam Islam juga diajarkan untuk memperhatikan cara memperoleh barang tersebut, barang yang halal dapat berubah menjadi haram ketika cara memperoleh dan memprosesnya dilakukan dengan cara yang tidak dibenarkan oleh agama. Seperti contoh barang curian, hewan yang disembelih dengan cara yang salah.

b. Kebersihan

Islam mengajarkan kebersihan disegala aspek kehidupan termasuk dalam berdagang, barang dagangan yang baik adalah barang yang halal dan baik (bersih dan sehat). Makanan yang halal meliputi cara memperolehnya maupun halal dzatnya. Makanan yang baik belum tentu halal, tetapi makanan yang halal pasti baik. Seperti contoh barang baik tetapi tidak halal adalah buah-buahan, daging, dan lain sebagainya yang didapat dari hasil pencurian, perampokan dan kejahatan lainnya, hukum makanan tersebut menjadi haram karena diperoleh dari jalan yang diharamkan agama.

Aspek kebersihan sangatlah penting guna menunjang kenyamanan para pembeli di pasar. Islam mengajarkan untuk senantiasa menjaga kebersihan lingkungan. Kebersihan di area bagian dalam pasar *Rabu Galing* dijaga karena dari pedagang sudah timbul kesadaran untuk bersama-sama menjaga lingkungan pasar.

Pengelola pasar juga melakukan pembersihan area pasar setelah semua pedagang selesai merapikan dagangannya.

c. Alat timbang

Alat timbang merupakan instrument pendukung dalam transaksi jual beli. Alat-alat ini memiliki peranan penting untuk mengetahui jumlah, berat, dan ukuran barang yang diperjual belikan. Para pedagang hendaknya benar-benar memperhatikan dan berhati-hati dalam menggunakan alat-alat tersebut sehingga tidak terjadi hal-hal yang merugikan baik untuk pedagang maupun pembeli. Para pedagang di pasar *Rabu Galing* menerapkan kejujuran dalam menimbang, mengukur dan menghitung. Proses tersebut dilakukan secara transparan dan disaksikan langsung oleh pembeli sehingga hal tersebut membuat pelanggan percaya. Sebagian pedagang di pasar *Rabu Galing* lebih memilih melebihkan saat menimbang demi menjaga kepercayaan pelanggannya.

Dalam bisnis kepercayaan merupakan hal yang paling penting, Rasulullah Saw selalu memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dijual tanpa menutup aib yang ada. Jika telah mendapatkan kepercayaan pelanggan. Maka bisnis akan berkembang tetapi sebaliknya tanpa adanya kepercayaan pelanggan ataupun partner maka bisnis akan hancur.

d. Menghindari Riba dan *Gharar*

Unsur-unsur *gharar* dapat terjadi pada 4 hal yaitu:

- 1) Kualitas, yaitu *gharar* yang terjadi dalam penjualan tanaman atau buah-buahan yang belum jelas hasilnya seperti jual beli ijon (sistem tebas)
- 2) Kualitas, yaitu *gharar* yang berupa penjualan hewan yang masih berada dalam kandungan
- 3) Harga, yaitu *gharar* yang terjadi pada harga barang.
- 4) Waktu penyerahan, yaitu *gharar* yang terjadi ketika Si "A" menjual barang yang belum jelas keberadaannya atau barang yang masih dalam proses pencarian (hilang) kepada Si "B" dan setuju oleh si "B", barang tersebut akan diserahkan jika sudah ditemukan. Yang menyebabkan terjadinya *gharar* adalah kedua belah pihak tidak tau kapan barang tersebut dapat diserahkan terimakan. (Iqom Mukhiqom, 2014: 126).

Implementasi perdagangan di Pasar *Rabu Galing* mengenai informasi barang dagangan, upaya untuk menghindari terjadinya *gharar* adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi secara jelas dan terbuka mengenai barang yang diperjualbelikan tanpa ada unsur penyembunyian cacat barang.
- 2) Memberikan jaminan bagi pelanggannya baik pelanggan tetap maupun pelanggan umum, jika terdapat ketidakpuasan terkait produk dan barangnya atau terdapat cacat maka barang tersebut boleh dikembalikan dan ditukar dengan yang baru, hal ini bertujuan agar pembeli tidak dirugikan disamping itu juga garansi merupakan bentuk upaya untuk memberikan kepuasan bagi para pembeli.
- 3) Selalu mengontrol barang dagangan dan memastikan barang dagangan layak untuk diperjualbelikan.

Para pedagang pasar *Rabu Galing* mengupayakan untuk terus menerapkan prinsip bebas riba dalam setiap bentuk transaksi yang dilakukan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah pemberian kelonggaran waktu untuk melunasi pembayaran tanpa adanya penambahan harga barang, jadi pembeli tetap membayar sebesar harga awal. Selain itu juga menetapkan harga sesuai dengan batas kewajaran atau tidak mengambil keuntungan yang mendzalimi pembeli.

e. Etika berbisnis pedagang

Diantara karakteristik pedagang tradisional Pasar *Rabu Galing* adalah:

- 1) Jujur, Kejujuran merupakan prinsip yang sangat ditekankan dalam Islam, kejujuran dalam perdagangan akan meningkatkan kepercayaan konsumen yang

akhirnya berdampak baik pada penghasilan yang didapatkan. Rasulullah SAW dalam setiap aktifitasnya termasuk berdagang, beliau senantiasa menetapkan perilaku jujur sehingga beliau dijuluki *al-amin*, dalam perkataan maupun perbuatannya. Kejujuran merupakan prinsip yang dijaga oleh para pedagang di pasar *Rabu Galing*. Pedagang dipasar ini selalu memberikan informasi yang jelas terkait barang dagangannya kepada para pembeli tanpa menutup aib barang, transparan dalam menimbang, membuang barang yang telah busuk atau cacat, memberikan jaminan kepada pembeli jika terdapat kerusakan atau cacat barang maka barang tersebut boleh ditukar dengan barang yang lebih baik dengan catatan barang yang rusak atau cacat harus ditukar dengan barang yang sejenis/sama.

2) Persaingan, Antar pedagang di pasar *Rabu Galing* selalu menetapkan persaingan yang sehat, mereka saling bekerjasama saat berjualan dengan system *konsinyasi* yaitu pemilik barang menitipkan barangnya untuk dijual dengan pembagian untung tertentu sesuai kesepakatan bersama. Selain itu antar pedagang satu sama lain membangun hubungan kekeluargaan guna tercapainya persaingan yang sehat.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari permasalahan ini dapat diambil kesimpulan bahwa: Pasar tradisional *Rabu* berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi pedagang. Kontribusi tersebut tercermin pada, *pertama* harga yang lebih murah. *Kedua*, produk yang lebih bervariasi. *Ketiga*, waktu dan lokasi yang strategis. Faktor lain yang mendukung adalah *pertama*, mencegah penipuan di pasar seperti masalah kecurangan dalam timbangan dan ukuran. *kedua*, pencegah penjualan barang yang rusak, serta tindakan-tindakan yang merusak moral. Dengan memaksimalkan potensi yang ada di pasar tradisional *Rabu* ini dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Kec. *Galing* khususnya dan masyarakat Kab. *Sambas* pada umumnya, mewujudkan kemandirian baik individu maupun masyarakat dengan melakukan kegiatan produktif untuk mencapai swasembada, hal itu bertujuan agar tercapainya kesejahteraan umat dan tidak bergantung pada orang lain. Secara umum pandangan ekonomi Islam terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dipasar tradisional *Galing* adalah perilaku ekonomi pedagang baik dari segi barang dagangan yang dijual, alat timbang, riba dan gharar, harga, etika berbisnis pedagang pada pasar tradisional *Rabu* tidak melanggar syari'at Islam akan tetapi dari segi kebersihan masih kurang diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abd Allah Ahmad ibn Muhammad ibn. Hanbal. (1995). *Musnad Ahmad*, (Kairo: Dar al-Hadis. Juz II.
- Amiruddin. (2014). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*.Makassar: Alauddin University Press.
- Brata, Ida Bagus. (2016). Pasar tradisional di tengah arus budaya global, *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*
- Elias Anton dan Edward E. Elias, (1982). *Qamus Elias al-Ajri*. Beirut: Dar al-Jil
- Malano, Herman. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional : Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Muhammad, (2007). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*.Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Mukhiqom, Iqom. (2014). *Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Terhadap Implementasi Pasar Tradisional Syariah Az-Zaritun 1 Surabaya Perspektif Hukum Islam)*, Tesis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Qardhawi, Yusuf. (1995). *Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Sukanto, Reksohadiprojo. (2000). *Ekonomi Lingkungan: Suatu Pengantar*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Syahputra, Eddy. (2017). "Fakto-faktor yang Mempengaruhi Tidak Berfungsinya Pasar Tradisional", *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil dan Perencanaan*, Universitas Syiah Kuala, Aceh.
- Universitas Sumatra Utara, "Kemiskinan", dalam <http://repository.usu.ac.id>.