

ANALISIS TRANSAKSI SYARIAH DI PASAR SYARIAH KAMPAR RIAU

Dwika Lodia Putri¹, Idel Waldelmi²

Universitas Lancang Kuning

*lodiaputri_62@yahoo.com*¹, *idelwaldelmi@unilak.ac.id*²

Abstract: *This study discusses the analysis of Islamic transactions in the Islamic market ulul albab siak hulu kampar Riau. According to Athoillah and Waldelmi, I, the dimensions of buying and selling / sharia transactions for customers can be seen in the existence of goods, prices, honesty / trustworthiness, buying and selling systems and Aqad. This study uses a survey method on ulul albab sharia market customers, using questionnaires, discussions, interviews and analyzed with descriptive techniques, the results obtained from research that the implementation of sharia transactions conducted in the ulul albab sharia market in the assessment is quite appropriate. Using five dimensions and proven to be the highest dimension in the payment system done in cash, which means that almost all transactions carried out in the Islamic market by market customers are preferred with cash payments while the lowest dimensions are in the buying and selling system in the Islamic market where between ulul albab sharia market with an ordinary (conventional) market is the same in terms of carrying out buying and selling transactions*

Keywords: *Sharia customers, traders and buying and selling systems*

Abstract: *Penelitian ini membahas analisis transaksi syariah pada pasar syariah ulul albab siak hulu kampar Riau. Menurut Athoillah dan Waldelmi, I, bahwasanya dimensi dalam jual beli /transaksi syariah pada pelanggan dapat dilihat adanya Barang, harga, jujur/amanah, sistem jual beli dan Aqad . Penelitian ini menggunakan metode survey pada pelanggan pasar syariah ulul albab, dengan menggunakan kuesioner, diskusi, wawancara dan dianalisis dengan dengan teknik deskriptif, diperoleh hasil dari penelitian bahwa penerapan transaksi syariah yang dilakukan di pasar syariah ulul albab dalam penilain cukup sesuai. Menggunakan lima dimensi dan terbukti dimensi tertinggi pada sistem pembayaran di lakukan secara tunai yang artinya hampir semua transaksi yang dilakukan di pasar syariah oleh pelanggan pasar lebih disukai dengan pembayaran secara tunai sedangkan dimensi yang terendah adalah pada sistem jual beli yang ada di pasar syariah di mana antara pasar syariah ulul albab dengan pasar yang biasa (konvensional) sama saja dalam hal melaksanakan transaksi jual beli*

Keywords: *Pelanggan, Pedagang dan Sistem jual beli syariah*

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan suatu sarana umat manusia untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing, di satu sisi penjual dapat menjadi pembeli, sementara disisi lainnya pembeli dapat menjadi penjual, hingga bertemu dengan pembeli yang terakhir yang bertindak sebagai konsumen. Manusia mempunyai keterbatasan dalam berusaha, oleh karena itu sesuai dengan

fitrahnya- manusia harus berusaha mengadakan kerjasama di antara mereka.

Transaksi dalam Islam sering dikritik karena dianggap tidak memiliki pembeda yang jelas dari antara transaksi lainnya. Meski berangkat dari prinsip-prinsip dasar yang berbeda, tetapi memiliki dampak yang tidak begitu berbeda dari antara transaksi lainnya. Yang sering ditanyakan adalah, apakah ekonomi Islam merupakan kapitalisme minus riba atau sosialisme plus Islam? Karenanya, yang tidak kalah penting untuk diketahui adalah, apa plus-minus transaksi konvensional, apa unsur pembeda antara transaksi konvensional dengan transaksi syari'ah, dan apakah unsur pembeda itu memiliki dampak yang berbeda dari apa yang dihasilkan oleh transaksi konvensional(Athoillah, 2013).

Berdasarkan data penelitian sebelumnya yang dihimpun dari penerapan konsep syariah di pasar syariah yang mana lebih fokus ke pedagang, pada gambar tersebut berkaitan dengan penerapan syariah pada pasar syariah diberikan tanggapan dari para pedagang yang melaksanakan kegiatan jual beli menunjukkan bahwa hanya 26,67% pedagang yang menerapkan sistem syariah sedangkan sisanya sebesar 73.33 sudah menerapkan tetapi belum sepenuhnya.

Ekonomi Islam memiliki misi demi terwujudnya persamaan martabat di antara umat manusia sehingga di sini perlu ditegakkan keadilan terutama dalam distribusi pendapatan.

Sementara secara makro, misi ini mengarah kepada terwujudnya negeri yang baik, yang adil dan makmur, serta diridloi Allah Swt (Perwataatmaja, 2008:10)

Jual beli yang sesuai dengan Syariat Islam harus memenuhi rukun dan syarat dari jual beli sementara rukun dan syarat adalah sesuatu yang harus dipenuhi agar jual beli itu dipandang sah. Karena jual beli merupakan suatu akad, maka harus dipenuhi rukun dan syaratnya.

Hal ini berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Idel waldelmi, Lili Erti, Souvya Fitrie, 2017) antara lain keuntungan/laba, penerapan sistem syariah pada transaksi Jual beli serta lingkungan pasar. Artinya dari sisi penerapan transaksi syariah oleh para pedagang sudah mulai dilaksanakan serta lokasi dari yang sudah ada pada pasar syariah di pasar syariah ulul albab kabupaten kampar.

Berdasarkan dari data dan informasi serta kondisi dilapangan tersebut peneliti tertarik untuk mencari informasi dari perspektif pelanggan yang melaksanakan transaksi jual beli di pasar syariah ulul albab kecamatan siak hulu kabupaten kampar dalam sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Transaksi Syariah di Pasar Syariah (Perspektif Pelanggan).

TINJAUAN PUSTAKA

Tauhid umat Islam mengajarkan bahwa al- Quran dan hadis merupakan sumber ilmu dan pedoman bagi seluruh kehidupan

manusia, maka kita juga harus yakin bahwa subjek ilmu ekonomi termasuk mengenai pasar pun terdapat dalam al-Quran dan hadis (sebagaimana subjek sains lain). Ekonomi kontemporer menjelaskan bahwa tujuan dari ekonomi Islam ialah untuk mencapai al-Falah. Antaranya disebutkan dalam Al-Quran surat al-Baqarah ayat 201 yang artinya: “Ya Tuhan Kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan peliharalah kami daripada azab api neraka”.

Konsep al-falah atau kesejahteraan (well-being) yang dimaksudkan ialah kesejahteraan di dunia juga di akhirat nanti. Dalam mengejar kemakmuran dan kesejahteraan tersebut Islam menggalakkan untuk mencarinya dengan cara yang Kaafah, dunia dan akhirat, materil dan spiritual. Konsep al-falah dimaksudkan tidak terbatas pada kesejahteraan individu saja melainkan bagi seluruh manusia, oleh sebab itu di dalam Islam dengan jelas mengatur distribusi faktor ekonomi dan menciptakan keadilan sosial. Selain objektif al-falah di atas, tujuan ekonomi ataupun pasar Islam sebenarnya dapat dilihat dari sudut pandang lain yaitu tauhid. Dalam al-Quran surat adz-Dzariyaat ayat 56 disebutkan yang artinya: “Dan (ingatlah) Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan untuk mereka menyembah dan beribadah kepada-Ku”(Suwandi, 2016).

Jual beli dalam bahasa Arabnya disebut dengan al-bay'. Artinya, tukar menukar atau saling menukar. Menurut terminologi adalah “tukar menukar harta atas dasar suka sama suka”. Menurut

Ibn Qudamah yang dikutip oleh Rahmad Syafei pengertian jual beli adalah “ tukar menukar harta untuk saling dijadikan hak milik”. Dapat disimpulkan, bahwa pengertian jual beli menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang antara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka, untuk saling memiliki. Dengan jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah. Pihak pembeli berhak memiliki barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing- masing pihak dilindungi oleh hukum(Mujiatun, 2013).

Ekonomi adalah istilah untuk suatu sebutan, yaitu kegiatan mengatur urusan harta kekayaan, baik yang menyangkut kegiatan memperbanyak jumlah kekayaan dan pengadaanya, ataupun yang berhubungan dengan mekanisme pendistribusiannya (al-Nabhani, 2009:47). Sehingga ekonomi Islam, sebagaimana juga dikatakan Chapra (2001:33), dapat didefinisikan sebagai cabang pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang langka yang sesuai dengan ajaran Islam tanpa terlalu membatasi kebebasan individu atau menciptakan makro ekonomi yang berkelanjutan dan ketidak-seimbangan ekologi.

Ekonomi Islam memiliki misi demi terwujudnya persamaan martabat di antara umat manusia sehingga di sini perlu ditegakkan keadilan terutama dalam distribusi pendapatan. Sementara secara makro, misi ini mengarah kepada terwujudnya negeri yang baik, yang adil dan makmur, serta diridlai Allah Swt (Perwataatmaja, 2008:10). Karenanya, ekonomi Islam memiliki dasar yang berbeda

dari sistem ekonomi lain, yang menurut Abu Saud (1996:16- 17), ada tiga konsep dasar ekonomi Islam: pertama, ilmu ekonomi dititik-beratkan pada usaha mencapai tujuan; kedua, beriman kepada ke-Esaan Allah; dan ketiga, dalam situasi apapun aturan Islam harus berlaku.

Ekonomi Islam dianggap sebagai solusi karena beberapa alasan: pertama, teori ekonomi Barat (kapitalisme) telah menimbulkan ketidakadilan ekonomi yang sangat dalam, khususnya karena sistem moneter yang hanya menguntungkan Barat melalui hegemoni mata uang kertas dan sistem ribawi; kedua, kapitalisme tidak mampu mengentaskan masalah kemiskinan dan ketimpangan pendapatan; ketiga, paradigma tidak mengacu kepada kepentingan masyarakat secara menyeluruh; keempat, teori ekonominya tidak mampu menyelaraskan hubungan antara negara-negara di dunia; dan kelima, terlalaikannya pelestarian sumber daya alam (Aditya, 2008:88) serta Memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas dengan sebaik- baiknya. Amanah dan jujur merupakan syarat yang penting (Idel Waldelmi, 2017).

Dari uraian di atas dapat dipahami, bahwa transaksi dalam Islam berbeda dengan transaksi lainnya. Di mana transaksi dalam Islam di dasari oleh: pertama, untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak hanya bersifat fisik semata, tetapi juga non-fisik semisal rasa bangga, dan lainnya; bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga kebutuhan rohani; kedua, nilai dikendalikan secara seimbang antara penawaran dan permintaan, sehingga

kegunaannya itu akan didapatkan pada batas unit paling akhir untuk memenuhi kebutuhan; ketiga, aktifitas manusia tidak tergantung pada peran yang dimainkan oleh harga, tetapi juga untuk mencurahkan segenap tenaganya karena dorongan moral atau spiritual; keempat, terpenuhinya kebutuhan manusia secara jasmani dan rohani bukanlah tujuan utama, tetapi usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu beribadah kepada Allah Swt(Athoillah, 2013).

Jual beli yang sesuai dengan Syariat Islam harus memenuhi rukun dan syarat dari jual beli sementara rukun dan syarat adalah sesuatu yang harus dipenuhi agar jual beli itu dipandang sah. Karena jual beli merupakan suatu akad, maka harus dipenuhi rukun dan syaratnya.

Syarat orang yang berakad, Ulama fiqih sepakat, bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli harus memenuhi syarat-syarat :

- 1). Berakal. Dengan syarat tersebut maka anak kecil yang belum berakal tidak boleh melakukan transaksi jual beli, dan jika telah terjadi transaksinya tidak sah. Jumhur ulama berpendapat, bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli itu harus telah akil baliqh dan berakal. Apabila orang yang bertransaksi itu masih (mumayyiz), maka transaksi jual beli itu tidak sah. Sekalipun mendapat izin dari walinya. Dan Orang yang melakukan transaksi itu, adalah orang yang berbeda. Maksud dari syarat tersebut adalah bahwa seorang tidak boleh menjadi pembeli dan penjual pada waktu yang bersamaan.

Syarat yang terkait dengan *ijā b* dan *qa b ū l* . Ulama fiqih sepakat bahwa urusan utama dalam jual beli adalah kerelaan antara penjual dan pembeli. Kerelaan ini dapat terlihat pada saat transaksi berlangsung. Oleh karena itu, *Ijab dan qabul* harus diungkapkan dengan jelas sehingga tidak terjadi penipuan dan dengan *ijab Kabul* dapat mengikat kedua belah pihak. Apabila *Ijab dan qabul* telah diucapkan dalam transaksi, secara otomatis kepemilikan barang dan uang telah berpindah tangan. Ulama fiqih menjelaskan bahwa syarat dari *Ijab dan qabul* adalah sebagai berikut: Jumhur ulama berpendapat bahwa orang yang mengucapkannya harus telah akil baligh dan berakal, sedangkan menurut Ulama Mazhab Hanafi mensyaratkan hanya telah berakal saja. *Kabul* harus sesuai dengan *ijab*. Sebagai contoh : “saya jual mobil ini dengan harga seratus juta rupiah”, lalu pembeli menjawab : “saya beli dengan harga seratus juta rupiah”. *Ijab dan Kabul* harus dilakukan dalam satu transaksi, dan tidak boleh terpisah. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan transaksi harus hadir pada waktu yang bersamaan.

Jika proses transaksi terbebas dari segala macam *khiyar*, maka transaksi tersebut akan mengikat terhadap kedua belah pihak. *Khiyar* yang dimaksud di sini adalah hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli. Dan jual beli yang masih mempunyai hak *khiyar* maka jual beli tersebut belum mengikat dan dapat dibatalkan. Jika semua syarat-syarat diatas terpenuhi, maka suatu proses jual beli telah dianggap sah. Dan bagi kedua belah pihak tidak dapat lagi membatalkannya(M.S, 2014). Perkembangan luar

biasa dalam beberapa tahun terakhir barang dan jasa yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim menggambarkan kemungkinan menciptakan nilai pasar dari nilai-nilai agama(Dean, 2014).

Budaya merupakan suatu petunjuk arahan pada fase pemecahan masalah di masyarakat untuk memuaskan kebutuhan psikologis, personal dan sosial. Sub-budaya adalah bagian kecil dari budaya atau kelompok orang yang mempunyai sistem sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub-budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Dalam konteks kultural, jika suatu produk tidak dapat lagi diterima karena nilainya tidak dapat lagi memuaskan kebutuhan maka masyarakat harus siap merevisi penawarannya.

Menurut al-Quran dan al-Hadis pasar Islam harus dibina seperti aturan Masjid, dimana siapapun bebas memasuki pasar tanpa dikenakan biaya apapun termasuk pajak, sewa, dan biaya lainnya. Struktur pasar Islam adalah struktur pasar persaingan sempurna, akan tetapi PPS dalam Islam berbeda dengan PPS pada pasar konvensional. Pasar Islam bertujuan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dunia dan akhirat (al-Falah) melalui transaksi yang jujur dan berkeadilan. Sistem monopoli tidak dikenal dalam pasar Islam. Adapun mekanisme pasar Islam ialah

mekanisme pasar bebas dimana kekuatan penawaran (supply) dan permintaan (demand) adalah penentu harga pasar. Turun dan naiknya harga ialah ketetapan Allah SWT sehingga pemerintah tidak boleh menentukan harga pasar, akan tetapi pada keadaan tertentu pemerintah boleh melakukan intervensi pasar apabila terjadi gangguan pasar yang bertujuan mengembangkan keseimbangan pasar. Untuk melaksanakan tugas intervensi pasar pemerintah harus membentuk pengawas pasar yang bertugas mengatur dan mengontrol kegiatan di pasar. Pasar Islam hanya dapat diwujudkan apabila umat Islam memiliki pasar sendiri yang diatur sepenuhnya dengan syariat Islam. Pemerintah sebagai pengawas pasar hendaklah memastikan bahwa transaksi dan jual beli yang terjadi telah sesuai syariat. Produsen dan konsumen wajib mengetahui hukum muamalah dalam jual beli agar tidak terjadi kesalahan dalam tata cara berjual beli di pasar(Suwandi, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Lapangan, dilakukan kepada kepada Konsumen/ pembeli yang melakukan Transaksi jual beli di pasar Syariah Ulul Albab. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu karakteristiknya, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang di ajukan untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan/ atau status dari objek yang di pelajari (Malhotra, 2015).

Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan dan observasi secara langsung terhadap obyek yang diteliti melalui kuesioner. Dalam hal ini penerapan transaksi jual beli syariah yang diperoleh melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi-instansi atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini, misalnya studi literature terdahulu, studi kepustakaan, jurnal literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan.

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode dengan mengelompokan data kedalam suatu distribusi frekuensi dan kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan teori yang ada setelah itu baru dibuat suatu kesimpulan (Sugiyono, 2010:237).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Qualitas barang, adalah tingkat dari nilai barang yang ada dan diperjualbelikan kepada pelanggan/konsumen yang ada dipasar yang dijadikan sebagai acuan/syarat dari proses jual beli, dimana kualitas barang yang ada di pasar syariah memenuhi unsur, bahwasannya barang ada semuanya memiliki kualitas yang baik dan layak di perjualbelikan, bagaimana layaknya pasar pasar yang ada. Dimana pertanyaan yang di ajukan yakni bagaimana menurut saudara/pelanggan terhadap kualitas barang yang di jual di pasar syariah. Kualitas barang yang diperjualbelikan di pasar syariah ini berguna bagi pelanggan dalam memberikan penilaian terhadap

akan kelangsungan hidupnya pasar dan pedagang ada di pasar syariah terhadap kualitas barang.

Berdasarkan data 5.1 Memberikan petunjuk bahwa kualitas barang yang ada di pasar syariah ulul albab menunjukkan kecenderungan cukup baik yang mencapai sebanyak 57,6% yang berarti bahwa kualitas barang yang ada dan diperjualbelikan di pasar syariah dalam kondisi cukup, hal ini tidak menutup kemungkinan dari pasar masih di kelola secara tradisional dan apa adanya, jadi hal inilah yang menyebabkan pasar syariah secara kualitas berada dalam kondisi cukup dan bisa juga dilihat biaya operasional yang juga relative kecil serta fasilitas yang digunakan guna menjaga kualitas barang juga serba apa adanya serta serba terbuka. Untuk kualitas sangat baik mencapai sebanyak 42,4 % hal ini menunjukkan bahwa secara kualitas masih banyak barang yang diperjualbelikan di pasar syariah yang memiliki kualitas sangat baik /tidak berbeda antara barang barang ada di jual di pasar syariah di dibandingkan barang barabg di jual di toko – toko modern. Dan kualitas barang yang dijual di pasar syariah dengan kondisi kurang menunjukkan nilai dengan angka 0 % artinya dari sebaran kuesioner yang di sebar dan di tanyakan langsung dengan pelanggan menunjukkan tidak ada barang yang tidak berkualitas, semua barang memiliki kualitas, baik dari kualitas sangat baik dan cukup baik.

Harga barang, adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan yang berbelanja di pasar syariah ulul albab dengan

mencermati /menilai dari segi harga pada barang/produk yang di perjualbelikan. Berdasarkan dari pertanyaan yang di sebarakan yakni menurut saudara bagaimana tingkat harga barang yang di jual di pasar syariah. Harga barang ini bisa menjadi acuan /cerminan yang berguna bagi pelanggan dan bisa memberikan penilaian dari keberadaan pasar syariah dimana penilaian tersebut bisa di lihat dari tingkat harga terhadap barang yang dijual di pasar tersebut.

Berdasarkan data 5.2 Memberikan petunjuk bahwa tingkat harga barang yang ada di pasar syariah ulul albab menunjukkan bahwa dari segi harga cukup bersaing/ biasa saja, yang mencapai angka 59,6% yang berarti bahwa dari tingkat harga baik dengan toko - toko modern yang ada di lingkungan pasar syariah maupun antar sesama pedagang juga terjadi persaingan/biasa saja yang artinya bisa dikatajan harga hampir sama/ tidak jauh berbeda/kecil sekali/sama sekali tidak berbeda dari segi harga. Hal ini bisa dilakukan oleh pedagang pasar syariah karena dari segi biaya operasional yang relative lebih rendah, dari segi harga juga bisa lebih ditekan dan segi barang yang dijual juga memiliki kualitas yang sama. Untuk tingkat harga yang mendapatkan porsi yang sangat bersaing/murah dengan angka 34,3 %/ hal ini bisa dilakukan karena dengan adanya persaingan akan berimbas pada harga, yang secara otomatis antar pedagang bisa dikatakan dari segi harga sama. Dari sini porsi positifnya dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan jarena dari segi harga pelanggan mendapatkan harga barang yang lebih murah karena adanya persaingan tersebut. Dan

pada porsi harga pada point kurang baik/mahal dengan dengan angka sebanyak 6,1 % hal ini menunjukkan bahwa masih ada barang yang dijual dengan harga yang sangat mahal, walaupun dengan angka yang rendah, biasanya hal ini terjadi karena ketidakmampuan pelanggan yang mampu menawar barang yang dijual oleh pedagang, proses tawar menawar dalam transaksi jual beli di bolehkan selagi transaksi belum dilarang / sesuai dengan syara’.

Pleksibelitas harga merupakan nilai barang/harga yang ditentukan oleh pedagang kepada konsumen dengan harga yang sifatnya bisa di tawar/ adanya proses tawar menawar dalam menetapkan harga untuk mencapai kata mufakat berdasarkan harga yang di sampaikan oleh pedagang. Berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada konsumen/pelanggan yakni bagaimana pleksibelitas harga barang yang di tawarkan. Tingkat pleksibelitas harga ini bisa dijadikan bahan perbandingan dari nilai nilai positif yang sediakan oleh pedagang selaku penyedia barang dagangan kepada pelanggannya. Semakin pleksibelitas harga yang ditawarkan oleh pedagang kepada pelanggan /konsumen pastinya akan memberikan nilai tambah dan daya tarik tersendiri bagi pedagang yang ada di pasar syariah terhadap pelanggan serta hal ini juga memberikan cacatan pelanggan kepada pelanggan yang lainnya baik pelanggan lama maupun pelanggan yang baru.

Berdasarkan tabel 5.3 memberikan petunjuk bahwa tingkat pleksibelitas harga barang di jual oleh pedagang kepada pelanggan

menunjukkan angka bahwasannya barang yang dijual bisa di tawar hal ini bisa dilihat dari hasil sebaran data/kuesioner yang disebarakan, menunjukkan angka 52,5 % yang berarti bahwa tingkat fleksibilitas harga yang ditawarkan oleh pedagang kepada pelanggan bisa ditawar. Hal ini terjadi karena dalam prakteknya sistem jual beli sesuai dengan syariah di bolehkan asalkan tidal ada unsur merugikan baik kepada pelanggan maupun kepada pedagang/ menyakiti. Pada sebaran kuesioner pada tingkat fleksibilitas harga yang mana pada harga kadang – kadang bisa ditawar pada angka 41,4% hal ini menunjukkan bahwasannya masih ada pedagang yang barang dagangannya kadang kadang bisa tawar dan ada yang tidak bisa di tawar. Serta pada point tidak bisa di tawar sama sekali sebanyak 6,1 % hal ini menunjukkan bahwasannya pedagang sudah menetapkan/ memberikan harga pada barang dagangannya contoh pada penjualan barang pakaian/ sudah di tetapkan harganya tidak bisa tawar ataupun barang itu mendapatkan keuntungan yang sedikit/barang itu mahal/ pedagang tersebutlah yang satu satunya yang menjual barang tersebut.

Keinginan, adalah rasa yang dimiliki oleh seseorang untuk mendapatkan apa yang menjadi tujuan hingga tercapai yang berangkat dari rasa puas, nyaman, kualitas, lengkap dan tertib. Pertanyaan yang berkaitan dengan keinginan berbelanja yakni bagaimana keinginan saudara memilih pasar syariah untuk berbelanja. Keinginan ini bisa dijadikan perbandingan akan nilai nilai positif yang ada dan didapatkan dari pedagang kepada para

pelanggan , semakin tinggi tingkat keinginan konsumen/pelanggan berbelanja di pasar syariah tentu ada nilai nilai tersendiri dan daya tarik yang di dapat pelanggan dengan berbelanja di pasar syariah.

Dari data tabel 5.4 memberikan petunjuk/informasi bahwa keinginan pelanggan berbelanja di pasar syariah ulul albab memberikan informasi bahwasannya tingkat keinginan berbelanja dengan kategori sangat baik mencapai angka 50,5 % yang berarti bahwa keinginan berbelanja di pasar syariah ulul albab dalam kategori sangat baik. Hal ini lebih kepada posisi pasar yang sangat strategis, mudah di jangkau dan berada dekat perumahan serta berada di lingkungan dua desa yang saling berhadapan, sehinggaa memungkinkan pelanggan lebih memilih yang posisinya dekat dan strategi. Pada posisi yang mana keinginan berbelanja di pasar syariah pada posisi cukup yang mencapai angka 46,5 % hal ini berarti keinginan konsumen/pelanggan lebih pada posisi pasar yang lebih dekat dengan konsumen maka dalam hal inilah lebih memilih untuk berbelanja pada posisi terdekat. Lain hal dengan keinginan konsumen yang keinginan berbelanja kurang berminat berada pada angka 3,0 % hal ini berarti konsumen lebih sedikit yang menyatakan kurang berminat untuk berbelanja di pasar syariah.

Kejujuran adalah buah dari sebuah keinginan yang menyatakan bahwa setiap apa yang di perbuat dalam setiap kehidupan baik itu dalam transaksi jual beli ataupun aktifitas lainnya akan senantiasa di pertanggungjawabkan dan yakin akan segala yang di perbuat malaikatnya Allah swt pasti mencatatnya

dan menyaksikannya. Berdasarkan pertanyaan yang di ajukan kepada pelanggan yakni : bagaimana kejujuran pedagang terhadap barang yang di jual di pasar syariah. Kejujuran ini bisa menjadi tolak ukur dan representasi dari nilai nilai iman yang didapatkan pelanggan dari pedagang yang melakukan transaksi dari sebuah nilai yang disebut dengan kejujuran. Semakin tinggi tingkat nilai kejujuran yang di dapatkan konsumen terhadap pedagang pasar syariah sudah pastinya akan memberikan dampak positif terhadap citra dari pasar syariah tersebut.

Berdasarkan data pada tabel 5.5 memberikan sebuah gambaran dan petunjuk bahwa kejujuran yang di bangun diatas transaksi jual beli di pasar syariah menunjukkan posisi cukup, nilai/angka 58,6 % hal ini berarti kejujuran pedagang pasar syariah dalam posisi melaksanakan proses transaksi jual beli dimana masih belum utuh dalam hal kejujuran, masih terdapat yang namanya ketidakjujuran (kadang jujur kadang berbohong dengan pelanggan) hal ini tergambar dari hasil sebaran kuesioner yang di sebarakan dalam kondisi cukup. Pada sebaran kuesioner yang disebarkan pada tanggapan responden yang mengatakan tingkat kejujuran dengan tanggapan sangat baik dengan angka 39,4 % hal ini dalam melaksanakan transaksi jual beli syariah masih banyak tanggapan responden yang menyatakan sangat baik dalam hal kejujuran dalam menjual barang dagangannya kepada pelanggan. Walaupun masih ada pelanggan yang merasakan kecewa dengan pedagang yang masih tidak jujur dalam menjual barang

dagangannya dimana didapati angka sebanyak 2,0 % angka ini tentunya muncul dari pelanggan yang merasa/pernah di rugikan dalam berbelanja di pasar syariah ulul albab.

Menetapkan harga adalah suatu sikap yang di ambil oleh penjual/pedagang untuk untuk bisa memperkirakan berapa keuntungan yang akan didapatkan oleh pedagang dalam hal menjual barang dagangannya kepada pelanggan/konsumen. Berdasarkan sebaran kuesioner yang di tanyakan dengan pelanggan yakni bagaimana pedagang dalam mematok harga. Mematok harga ini juga menjadi acuan dari pelanggan dalam berbelanja di pasar syariah ulul albab karena konsumen tentu bisa mengambil sebuah perbandingan terhadap harga barang yang dijual di pasar syariah tersebut. Biasanya konsumen akan merasa nyaman dan puas ketika barang yang dibeli didapatkan sesuai dengan keinginan konsumen/pelanggan, bisa jadi kualitas bagus dengan harga yang bersaing, harga murah tapi secara kualitas barang yang dijual juga bagus dan lainnya serta harapan konsumen pada pedagang yang mematok harga kalau bisa jangan terlalu tinggi dan bisa di tawar.

Berdasarkan data pada tabel 5.6 memberikan informasi dan petunjuk bahwa pedagang dalam mematok harga pada pelanggan pasar syariah tidak mahal juga tidak murah artinya sedang /terjangkau oleh konsumen dengan sebanyak 91,9 % yang berarti pedagang dalam menetapkan harga bisa bersaing antar sesama pedagang dan tidak menutup kemungkinan juga bersaing dengan

toko toko modern yang ada berdiri di lokas/daerah yang ada di dua desa tersebut. Hal ini juga didukung oleh biaya operasional pasar yang lebih kecil sehingga bisa menekan harga dan bisa bersaing dalam menetapkan harga.

Sistem jual beli adalah sebuah konsep yang dibangun atas dasar dari transaksi tersebut yang berlaku adanya manusia yang membuat sebuah pertemuan/perjanjian untuk melakukan proses jual beli dan melahirkan sebuah sistem. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan sistem jual beli yakni : menurut saudara bagaimana sistem jual beli syariah di bandingkan dengan pasar biasa (konvensional). Sistem jual beli syariah ini bisa dijadikan bahan pembandingan antara pasar yang memiliki sistem dengan syariah Islam dengan pasar yang kebanyakan/biasa (konvensional) dalam menjalankan sebuah transaksi jual beli dari pedagang kepada para pelanggan. Semakin diterapkan/dilaksanakan atau dikenalnya sistem jual beli syariah dengan segala kelebihanannya sudah tentunya akan memberikan nilai tersendiri dan daya tarik oleh pasar yang menerapkan konsep syariah tersebut dalam transaksi jual beli.

Berdasarkan data pada tabel 5.7 memberikan petunjuk dan informasi bahwasannya penerapan sistem jual beli syariah menunjukkan kecendrungan dari data bahwasannya sistem jual beli syariah di pasar syariah ulul albab dengan pasar biasa/konvensional pelanggan menyatakan sama saja/ tidak ada perbedaan dengan 53,5 % . Hal ini karena pasar syariah ulul albab tidak memiliki konsep akan dari pasar syariah itu sendiri, artinya

berjalan dengan lingkungan yang sudah terbentuk dan dibawa oleh pedagang pedangan yang sudah terbentuk oleh lingkungan sebelumnya.

Kejujuran adalah buah dari sebuah keinginan yang menyatakan bahwa setiap apa yang di perbuat dalam setiap kehidupan baik itu dalam transaksi jual beli ataupun aktifitas lainnya akan senantiasa di pertanggungjawabkan dan yakin akan segala yang di perbuat malaikatnya Allah swt pasti mencatatnya dan menyaksikannya. Berdasarkan pertanyaan yang di ajukan kepada pelanggan yakni : Bagaimana kejujuran pedagang dalam menimbang barang dagangan. Kejujuran dalam menimbang ini bisa menjadi tolak ukur dan representasi dari nilai nilai iman yang didapatkan pelanggan dari pedagang yang melakukan transaksi dari sebuah nilai yang disebut dengan kejujuran. Semakin tinggi tingkat nilai kejujuran yang di dapatkan konsumen terhadap pedagang pasar syariah sudah pastinya akan memberikan dampak positif terhadap citra dari pasar syariah tersebut.

Berdasarkan data pada tabel 5.8 memberikan sebuah gambaran dan petunjuk bahwa kejujuran dalam hal timbangan oleh pedagang ini di bangun diatas transaksi jual beli di pasar syariah menunjukkan posisi cukup, nilai/angka 63,6 % hal ini berarti kejujuran dalam hal menimbang barang dagangan, pedagang pasar syariah dalam posisi melaksanakan proses transaksi jual beli dimana masih belum utuh dalam hal kejujuran, masih terdapat yang namanya ketidakjujuran (kadang jujur kadang berbohong dengan pelanggan) hal ini

tergambar dari hasil sebaran kuesioner yang di sebarakan dalam kondisi cukup. Pada sebaran kuesioner yang disebarakan pada tanggapan responden yang mengatakan tingkat kejujuran dengan tanggapan sangat tepat dengan angka 31,3 % hal ini tergambar dalam melaksanakan transaksi jual beli syariah masih banyak tanggapan responden yang menyatakan sangat tepat dalam hal kejujuran atas timbangan dalam menjual barang dagangannya kepada pelanggan. Walaupun masih ada pelanggan yang merasakan kurang dengan pedagang yang masih tidak jujur dalam hal menimbang/ menjual barang dagangannya dimana didapati angka sebanyak 5,1 % angka ini tentunya muncul dari pelanggan yang merasa/pernah di rugikan atas takaran timbangan yang tidak seharusnya di dapati dalam berbelanja di pasar syariah ulul albab.

Sistem pembayaran adalah sebuah alat yang muncul setelah melaksanakan transaksi jual beli dengan pembayaran berupa uang/ materi dan lainnya. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan sistem pembayaran yakni bagaimana sistem pembayaran yang diterapkan. Sistem pembayaran ini dapat dijadikan tolak ukur dan perbandingan dari sistem pembayaran yang ada di pasar syariah ulul albab.

Berdasarkan data pada tabel 5.9 memberikan petunjuk bahwasanya proses transaksi yang berlangsung di pasar syariah ulul albab lebih banyak menggunakan yang sifatnya tunai, hal ini di tunjukkan pada sebaran hasil kuesioner sebanyak 93,9 %. Hal ini karena pasar syariah ulul albab berada dilingkungan yang

masyarakatnya bisa dikatakan rata rata lebih suka membeli atau lebih disenangi oleh konsumen maupun pedagang. Walaupun masih ada data yang menunjukkan sistem pembayaran sesuai perjanjian sebanyak 5,1 % dan diikuti tukar menukar barang yang mencapai 1,0 %.

Aqad jual beli adalah suatu ucapan yang di sampaikan dalam melaksanakan transaksi karena adanya orang yang beraqad baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli dan harus didasarkan saling rela. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan lapaz Aqad jual beli yakni Bagaimana lapaz Aqad jual beli antar pedagang dengan pembeli. Lapaz aqad ini dapat dijadikan pembanding dari proses transaksi jual beli yang berlangsung antara pedagang dengan pelanggan. Lapaz aqad dalam proses jual beli tentunya akan memberikan nilai dan daya tarik tersendiri dari pasar pasar yang ada.

Berdasarkan data pada tabel 5.10 memberikan petunjuk bahwa lapaz aqad dalam proses jual beli pada pasar syariah ulul albab menunjukkan kecenderungan dengan ucapan terima kasih yang mencapai 79,8 % yang berarti bahwa porsi pada ucapan terima kasih lebih dominan/diminati dan juga sudah menjadi kebiasaan serta dibolehkan. Walaupun masih sebahagian yang mengucapkan (saya jual saya beli) yang mencapai angka sebanyak 15,2 % hal ini berarti bahwa di pasar syariah ulul albab masih ada yang melakukan aqad yang demikian dan yang hanya diam saja yang mencapai 5,1 %.

Dari data hasil penelitian lapangan membuktikan bahwa transaksi jual beli syariah yang dilakukan oleh pedagang terhadap pelanggan dapat di simpulkan dari 10 (sebelas) item pertanyaan yang disebarakan ke pelanggan pasar syariah ulul albab di desa tanah merah dan pandau jaya siak hulu kampar yakni dengan pertanyaan Bagaimana sistem pembayaran yang diterapkan, dengan skor rata rata tertinggi 2,9 didapatkan data bahwa transaksi secara tunai lebih diminati oleh pelanggan bila di bandingkan dengan yang lainnya berupa tukar menukar barang dan sesuai perjanjian. Selanjutnya dari segi sistem transaksi syariah bila dibandingkan antara pasar syariah dengan pasar biasa/kebanyakan (konvensional) dengan item pertanyaan yakni Menurut saudara bagaimana sistem jual beli syariah dibandingkan dengan pasar biasa konvensional) berada pada skor terendah dengan rata rata sebanyak 2,1 hal ini menunjukkan bahwa sistem jual beli syariah yang diterapkan di pasar syariah ulul albab dengan pasar yang biasa didapatkan data dari sebaran kuesioner kepada pelanggan pasar syariah didapatkan kesimpulannya proses transaksi jual beli di pasar syariah dengan pasar biasa sama saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jalaluddin Noor, M.Pd.I selaku Dewan Pengawas Pasar Syariah ulul albab, didapatkan kesimpulan bahwa praktek jual beli syariah dipasar ulul albab masih kurang berjalan sebagaimana yang di syartakan disebabkan pasar syariah ulul albab sendiri belum punya konsep dalam menjalankan praktek jual beli syariah yang semestinya.

Ditambah dengan tidak adanya pemberitahuan/sosialisasi, baik kepada pedagang maupun pelanggan untuk menerapkan praktek jual beli sesuai dengan konsep yang sudah ditetapkan oleh pengelola pasar, dewan pengawas syariah di pasar syariah tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya pemahaman pelanggan terhadap penerapan transaksi jual beli syariah di pasar syariah ulul albab dalam kategori cukup. Dari 11 item pertanyaan yang diajukan menunjukkan bahwasannya item terendah dengan rentang skor 1,8 dengan kategori cukup pada sistem jual beli syariah dan tertinggi sistem pembayaran yang diterapkan secara tunai / berupa uang dengan skor 2,9 sangat baik.

Dan faktor yang menjadi penghambat pemahaman pelanggan dalam transaksi jual beli syariah di pasar syariah ulul albab desa tanah merah kecamatan siak hulu kabupaten kampar yakni pada belum adanya konsep yang dimiliki oleh pengelola pasar, dewan Pengawas, dan pedagang untuk mempraktekkan konsep jual beli syariah di pasar syariah sebagaimana mestinya serta pelanggan yang tidak dikenalkan bahwasannya pasar syariah ulul albab dalam prakteknya menerapkan konsep syariah dalam jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

Ab Talib, M. S., Md. Sawari, S. S., Abdul Hamid, A. B., & Ai Chin, T. (2016). Emerging Halal food market: an Institutional

Theory of Halal certificate implementation. *Management Research Review*, 39(9), 987–997.
<https://doi.org/10.1108/MRR-06-2015-0147>

Amin, H. A.-R. A.-R. A.-R. A.-R. (2014). Theory of Islamic consumer behaviour An empirical study of consumer behaviour of. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>

Ardinta Brilliant Aquariza. (2014). Pelaksanaan Khiyâr Dalam Jual Beli Di Pasar Klitikan Yogyakarta. *Skripsi*, 6.

Athoillah, M. A. (2013). Ekonomi Islam: transaksi dan problematikanya. *IJTIHAD Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, (Vol 13, No 2 (2013): IJTIHAD Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan), 269–289. Retrieved from <http://e-journal.stainsalatiga.ac.id/index.php/ijtihad/article/view/76>

Authors, F. (2010). Why is interest prohibited in Islam? A statistical justification. <https://doi.org/10.1108/08288660910997610>

Dean, J. (2014). Muslim values and market value: a sociological perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 5(1), 20–32. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2013-0013>

Fajrina, D. N. U. R., Islam, J. E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Walisongo, N. (2015). Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari ' Ah Pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal).

Fiona Wingett, Sarah Turnbull. (2016). Halal holidays: exploring expectations of Muslim-friendly holidays 1. *Journal of*

Islamic Marketing. <https://doi.org/10.1108/MBE-09-2016-0047>

- Waldelmi, I. (2018). ANALISIS RESPON MUZAKKI TERHADAP RENCANA PEMBENTUKAN UNIT PENGUMPUL ZAKAT (STUDI PADA UNIVERSITAS LANCANG KUNING). *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 427-432.
- Ireland, J., & Abdollah Rajabzadeh, S. (2011). UAE consumer concerns about *halal* products. *Journal of Islamic Marketing*, 2(3), 274–283. <https://doi.org/10.1108/17590831111164796>
- Waldelmi, I. (2017). Analisis pendapatan pedagang kelontong di pasar syariah ulul albab desa tanah merah dan pandau jaya kecamatan siak hulu kabupaten Kampar. *Jurnal Daya Saing*, 3(2), 181-186.
- M.S, S. (2014). Etika Jual Beli Dalam Islam. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 371–387. Retrieved from <http://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/361/347>
- Mirawati. (2011). *Persepsi dan perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabahah*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna' Siti Mujiatun (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN BISNIS Vol 13 No . 2 / September 2013*, 13(September), 202–216.
- Rahman, F. K., Tareq, M. A., Yunanda, R. A., & Mahdzir, A. (2017). *Maqashid Al-Shari'ah* -based performance

measurement for the *halal* industry. *Humanomics*, 33(3), 357–370. <https://doi.org/10.1108/H-03-2017-0054>

- Suwandi. (2016). Pasar Islam (Kajian Al-Quran Dan Sunnah Rasulullah SAW), 16(1), 131–149.
- Tieman, M. (2011). The application of *Halal* in supply chain management: in-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186–195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Che Ghazali, M. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243. <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Tournois, L., & Aoun, I. (2012). From traditional to Islamic marketing strategies. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 5(2), 134–140. <https://doi.org/10.1108/17537981211251179>
- Ulfah, M. (2015). Pengaruh Kekuatan Pasar Dalam Menetapkan Harga Dalam Perspektif Islam, 2(1), 39–50.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the *Halal* into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123. <https://doi.org/10.1108/17590831011055851>
- Zaidi, S. A. H., Shah, I. H., Ashraf, R. U., Ghauri, S. M. K., & Hassan, I. (2015). Standardization of Islamic market indices Syed. *Emerald Insight International Journal of Commerce and Management*, 33(5), 883–895. <https://doi.org/10.1108/EL-01-2014-0022>.