

**JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM**

<b>Pelindung</b>	: Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)
<b>Penanggung Jawab</b>	: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB
<b>Ketua Dewan Redaksi</b>	: Dr. Susiyanto
<b>Sekretaris Dewan Redaksi</b>	: Marini, S.E., M. EK
<b>Secretariat and Administration</b>	: 1. Marliza Ade Fitri, M.M 2. Diah Khairiah, M.Ak

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN  
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI  
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP  
TERLETAK PADA PENULIS

**ALAMAT REDAKSI**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

**DAFTAR ISI**

PERENCANAAN OPERASIONAL BRITISH PETROLEUM ACTIVE MOBILE FUEL STATION PT WHEZ ENERGI SEJAHTERA	01 - 21
Zatmiko Setiawan	
Rhian Indradewa	
Dimas Angga Negoro	
Edi Hamdi	
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP FAKTOR PENDUKUNG EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU	22 - 37
Pajri Abdul Ajis	
Idwal	
Padlim Hanif	

## PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP FAKTOR PENDUKUNG EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU

*The Islamic Economic Perspective on the Supporting Factors for the  
Existence of Traditional Markets in Panorama City, Bengkulu*

**Pajri Abdul Ajis<sup>1</sup>, Idwal<sup>2</sup>, Padlim Hanif<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
[pajri.abdul@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:pajri.abdul@mail.uinfabengkulu.ac.id)<sup>1</sup>, [idwal@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:idwal@mail.uinfabengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[padlim.hanif@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:padlim.hanif@mail.uinfabengkulu.ac.id)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah, Kel. Pagar Dewa, Kota Bengkulu (38211)

Corresponding email: [pajri.abdul@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:pajri.abdul@mail.uinfabengkulu.ac.id)

---

### INFORMASI ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Diterima : 25 November 2024

Direvisi : 29 November 2024

Disetujui : 01 Desember 2024

#### Keywords:

*Supporting Factors, Market  
Existence, Islamic Economics*

#### Kata kunci:

Faktor Pendukung , Eksistensi  
Pasar, Ekonomi Islam

---

### ABSTRACT:

*The objective of this research is to understand the supporting factors for the existence of Panorama Market and the Islamic Economic perspective on these factors concerning the existence of Panorama Market in Bengkulu City. This type of research is field research using a qualitative descriptive method. The data collection techniques employed are observation, interviews, and documentation. The results of the research can be summarized as follows: (1) Panorama Traditional Market has several supporting factors for its current existence. These factors include having lower prices, offering a variety of products, and having a strategic location. With these factors, Panorama Traditional Market has successfully maintained its presence among the community. (2) Panorama Market has implemented Islamic economic principles, as there is no dishonesty, particularly in transactions. All three factors supporting the existence of Panorama Market adhere to Islamic economic principles.*

### ABSTRAK:

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana faktor pendukung eksistensi Pasar Panorama dan bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap faktor eksistensi Pasar Panorama Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) dengan menggunakan metode deskriptif

kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pasar Tradisional Panorama memiliki beberapa faktor pendukung eksistensinya saat ini. Faktor-faktor tersebut adalah memiliki harga yang lebih murah, menyediakan produk yang bervariasi, dan yang terakhir adalah memiliki lokasi yang strategis. Dengan adanya faktor-faktor tersebut pasar tradisional Panorama berhasil memiliki eksistensi di kalangan masyarakat. (2) Pasar Panorama telah menerapkan prinsip ekonomi Islam, karena didalamnya tidak ada kecurangan terutama dalam hal jual beli. Dari ketiga faktor eksistensi pasar Panorama, semua faktor tersebut tidak keluar dari prinsip ekonomi Islam.

## PENDAHULUAN

Suatu bangsa akan berkembang jika didukung oleh perkembangan ekonomi yang baik. Ekonomi suatu negara dikatakan baik jika negara tersebut mampu memperluas sektor ekonomi formal dan informal sekaligus mendistribusi pendapatan secara merata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal untuk memenuhi pemerataan tersebut, setiap daerah memiliki banyak faktor pendukung yang salah satunya adalah kebijakan pemerintah, baik dalam bentuk peraturan ataupun pembangunan infrastruktur (Farawansah, 2023).

Ekonomi yang tumbuh tidak terlepas dari peningkatan produksi barang maupun jasa yang ada di masyarakat. Dengan kata lain pertumbuhan bersangkut paut dengan perkembangan yang hasilnya bisa kita lihat dari bertambahnya jumlah hasil produksi dan meningkatnya hasil pendapatan (Sholikhuddin, 2021). Untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, pemerintah turut andil dengan mengatur tata letak kota dengan sarana dan fasilitas lengkap guna mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan pendapatan.

Kebutuhan manusia yang terus menerus ada setiap harinya, masyarakat dituntut untuk berusaha semaksimal mungkin dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan, manusia perlu melakukan aktifitas yang disebut bekerja. Pendapatan manusia tidak selalu didapat dari bekerja sebagai karyawan, beberapa jenis sumber pendapatan bisa di hasilkan dari upah sewa, bunga dan laba perusahaan bukan perseroan, dividen dan pembiayaan transfer.

Pasar tradisional adalah salah satu tiang penyangga ekonomi di masyarakat. Dengan menjadi lokasi pusat jual beli masyarakat, fungsi pasar menjadi peran strategis dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat yang bertujuan untuk mensejahterahkan rakyat itu sendiri. Dari sini juga pemerintah bisa melihat indikasi terkait kestabilan harga kebutuhan pokok. Dengan ini, pasar tradisional juga mempunyai peran penting dalam menjaga kestabilan perekonomian suatu negara dalam sektor riil paling dasar. Karena, sebagian besar pelaku ekonomi di pasar tradisional adalah golongan masyarakat menengah ke bawah (Rizkiyah, 2019).

Pasar tradisional khususnya yang ada di Indonesia sangatlah penting bagi

kelancaran ekonomi. Masyarakat yang mempunyai pendapatan menengah ke bawah bagian terbesar populasi yang hidup di Indonesia. Mengingat perkembangan ekonomi Indonesia yang masih tergolong agak rendah, tuntutan masyarakat harus tetap terpenuhi karena itu pasar tradisional terus bermunculan. Pasar tradisional berarti cukup penting bagi para pedagang dan pembeli untuk saling memenuhi kebutuhan di antara keduanya. Pelestarian pasar tradisional adalah salah satu cara agar terbentuknya ekonomi negara yang terus berkembang maupun di kota besar bahkan di tempat terpencil sekali pun. (Farawansah, 2023)

Pasar dalam perspektif Islam adalah pasar yang mana nilai-nilai Islam diterapkan dengan baik, seperti jual beli yang sah menurut syara' harus memiliki rukun dan syarat yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Pasar yang memiliki rukun dan syarat tersebut di dalamnya ada proses akad, orang yang berakad, ma'kud alaih (barang yang diperjualbelikan), dan nilai tukar pengganti barang. Syarat subjek (orang yang berakad) adalah berakal (baligh dan dewasa), bebas dari paksaan (sama-sama rela), dan mumayyiz. Syarat barang yang diperjualbelikan adalah Selain itu, pasar Islam tidak boleh mengandung riba, tadlis (penipuan), ketidakjelasan, dan sebagainya.

Pada implementasinya, ekonomi Islam merupakan evolusi dari nilai-nilai Islam yang mengajarkan tentang masalah ekonomi bagi manusia. Kata "ekonomi" dalam istilah ekonomi Islam berfungsi sebagai identitas yang menunjukkan adanya prinsip-prinsip keislaman dalam ekonomi. Dalam bahasa Arab, istilah "ekonomi" disebut dengan kata al-'iqtisad, yang berarti kesederhanaan dan kehematan. Kemudian kata ini berkembang menjadi 'ilm'iqtisad, yang berarti ilmu yang membahas masalah ekonomi.

Menurut ekonomi Islam, hal yang paling diutamakan adalah *rahmatan lil' alamin*. Karena dalam ekonomi Islam tujuan dari berbisnis bukan semata mencari profit dalam bentuk materi, tetapi harus memberikan kebermanfaatn untuk sesama, baik dari pelaku bisnis dan lingkungan sekitar. Dalam surah Al-Baqarah ayat 267 dijelaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti Rasul-Nya! Infakkanlah harta yang halal lagi baik yang telah kalian peroleh. Dan berinfaklah dari tumbuh-tumbuhan bumi yang telah Kami keluarkan untukmu. Janganlah kalian sengaja memilih harta yang jelek untuk diinfakkan". (Departemen Agama RI, 2020)

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu karena Pasar pasar ini adalah salah satu pasar tradisional yang sudah cukup eksis di masyarakat, baik untuk penjual ataupun pembeli. Disini tersedia barang-barang kebutuhan masyarakat sehari-hari yang mudah di temukan dan banyak juga pedagang muslim yang ikut bejualan di pasar ini.

Pasar tersibuk di Kota Bengkulu adalah Pasar Tradisional Panorama, pasar yang beroperasi 24 jam tanpa henti, hampir setiap saat ada transaksi jual beli di pasar ini. Karena itu banyak pedagang sayur keliling yang mengambil barang untuk di jual lagi disini, mereka datang pukul 3 pagi dikarenakan harga yang ditawarkan termasuk murah, itu terjadi karena pada jam subuh ini mereka akan langsung bertransaksi pada pedagang utama. Dan untuk konsumen langsung, bisa datang pada sore hari karena sebagian

pedagang akan mengobral barang dagangannya. Pasar Panorama yang ramai pembeli ini akan dipadati pembeli di hari libur karena para pekerja dan karyawan memanfaatkan waktunya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hal ini pula yang bisa menjadi penyebab kemacetan di pasar ini (*Observasi Pasar Panorama*, 2024). Karena hal-hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu yang menjadi atau mengada. Hal ini sama seperti kata *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensi didalamnya (Andriani & Ali, 2013).

### Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang didirikan dan diawasi oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN, dan Badan Usaha Milik Daerah yang bekerja sama dengan pihak swasta. Pasar tradisional terdiri dari toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi yang memiliki usaha skala kecil, modal kecil, dan proses jual beli barang dagangan.

Menteri Perdagangan Republik Indonesia menyatakan bahwa pasar tradisional adalah tempat utama di mana barang kebutuhan pokok yang dibuat oleh bisnis skala mikro dan kecil dijual. Petani, nelayan, pengerajin, dan industri rumahan adalah salah satu pelaku usaha di pasar konvensional.

Pasar tradisional terdiri dari kios-kios, atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual dan pengelola pasar, dan merupakan tempat di mana penjual dan pembeli bertransaksi secara langsung. Pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, seperti ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, perangkat elektronik, jasa, dan lainnya. Selain itu, mereka juga menjual kue tradisional dan makanan lokal lainnya. (Susanto, 2019)

### Kriteria Pasar Tradisional

Pasar tradisional harus memenuhi kriteria berikut:

- 1) Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dioperasikan oleh pemerintah daerah; dan
- 2) Struktur yang memungkinkan vendor dan pembeli bernegosiasi. Pasar mengembangkan budaya tawar-menawar. Akibatnya, ikatan sosial yang lebih dalam antara penjual dan pembeli dapat terbentuk.
- 3) Berbagai bisnis tinggal bersama. Setiap penjual memiliki pilihan produk yang beragam untuk dijual, meskipun mereka berada di tempat yang sama. Ikan, sayuran, buah-buahan, rempah-rempah, daging, pakaian, dan kelompok perdagangan lain berdasarkan jenis produknya.
- 4) Produk dan layanan dibuat di lingkungan lokal. Pasar tradisional ini membeli hasil pertanian lokal. Barang tidak diekspor dari pulau atau negara, meskipun transaksi

tertentu menggunakan produk pertanian terdekat dari wilayah lain.(Farawansah, 2023)

### **Pengertian Ekonomi Islam**

Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Ilmu yang menyelidiki bagaimana seseorang yang beragama Islam berperilaku dalam suatu masyarakat yang diatur oleh syariah. Definisi yang lebih lengkap harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu aspek dari perspektif Islam. Salah satu syarat utama adalah memasukkan prinsip-prinsip syariah ke dalam bidang ekonomi.(Sukirno, 2019)

### **Mekanisme Pasar Dalam Islam**

Dari berbagai sumber, mekanisme dalam Islam meliputi aspek teologis sampai sosiologis. Oleh karena itu, mekanisme dalam pasar dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan harga sangat dipengaruhi penawaran dan permintaan pasar.
- b. Transaksi yang terjadi antar pedagang dan pembeli adalah transaksi yang dilandasi oleh faktor suka sama suka.
- c. Disuatu pasar yang adil, tidak boleh ada intervensi dari pihak manapun.
- d. Pedagang boleh mengambil keuntungan baik itu imbalan atas usaha dan resiko, dengan syarat laba tidak berlebihan.
- e. Jangan sampai motivasi untuk mengambil keuntungan menjadi penghalang berbuat kebaikan terlebih untuk berbuat dzalim.
- f. Tidak boleh ada Riba dan gharar (tambahan dan ketidakpastian)
- g. Permintaan Islam mencakup hal berikut:
  - 1) Permintaan hanya untuk barang-barang halal thoyyiban.
  - 2) Tidak ada permintaan barang untuk tujuan kemewahan dan kemubaziran.
  - 3) Permintaan untuk masyarakat miskin meningkat karena kewajiban zakat, anjuran infaq dan sedekah.
- h. Penawaran Islam mencakup hal berikut:
  - 1) Hanya barang-barang halal dan baik yang di produksi.
  - 2) Produksi di prioritaskan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.
  - 3) Keputusan ekonomi tidak hanya mempertimbang-kan *cost-benefit* di dunia tapi juga di akhirat.
  - 4) Perlindungan terhadap manusia, sumberdaya alam, dan lingkungan.
- i. Dalam Islam, ketidaksempurnaan di atas diakui dan di tambahkan dengan beberapa faktor lain penyebab distorsi pasar di antaranya:
  1. Rekayasa permintaan dan penawaran.
  2. *Ba'i najasy* : produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga yang tinggi, sehingga orang akan terpengaruh
  3. *Ihtikar* : mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak beredar di pasar supaya harganya naik.
  4. *Tadlis* (penipuan), baik kuantitas, kualitas, harga , ataupun waktu penyerahan.

5. *Ghaban faa-hisy* : menjual di atas harga pasar.
6. *Tallaqi rukban* : pedagang membeli barang penjual sebelum masuk ke pasar (sukarno wibowo; Dedi Supriadi, 2013)

### **Hisbah Dan Pengawas Pasar**

Islam mengatur dan mengawasi pasar secara ketat. Salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pasar adalah *hisbah*. *Hisbah* merupakan sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika kebaikan dan keadilan secara nyata dilanggar atau tidak dihormati. Lembaga ini juga melarang kemungkaran dan ketidakadilan ketika hal tersebut dilakukan. Berkaitan dengan mencegah terjadinya kemungkaran ini, salah satu wewenang lembaga *hisbah* adalah mencegah penipuan di pasar, seperti masalah kecurangan dalam timbangan, ukuran ataupun pencegah penjualan barang yang rusak, serta tindakan-tindakan yang merusak moral. Cikal bakal *hisbah* sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW, ditandai dengan ditunjuknya seorang muhtasib diberbagai tempat. *Hisbah* mulai dilembagakan secara resmi pada masa pemerintahan Umar bin Khattab dengan cara menunjuk seorang perempuan untuk megawasi pasar dari tindakan-tindakan penipuan.(sukarno wibowo; Dedi Supriadi, 2013)

### **Intervensi Dan Regulasi Harga**

#### **a. Intervensi Harga**

Menurut hukum Islam, negara memiliki hak untuk mengambil bagian dalam aktivitas ekonomi dengan mengawasi, mengatur, atau melaksanakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dilakukan oleh masyarakat. Jika distorsi pasar disebabkan oleh faktor alamiah, pemerintah biasanya melakukan intervensi dengan membuat kebijakan yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran, tetapi jika faktor non-alamiah menyebabkan distorsi, intervensi harga di pasar adalah cara yang digunakan. Menurut Ibnu Taimiyah, intervensi penting karena produsen tidak ingin menjual barang mereka kecuali dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang lebih tinggi. Dengan kata lain, produsen menawarkan barang-barang mereka pada harga yang terlalu tinggi kepada konsumen, sedangkan konsumen meminta barang-barang mereka pada harga yang terlalu rendah kepada produsen. Pemilik jasa, seperti tenaga kerja, tidak memberikan jasa mereka kecuali pada harga yang lebih tinggi dari harga pasar yang berlaku, meskipun masyarakat membutuhkannya. Menurut Ibn Qudamah Al-Maqdisi pada tahun 1734 M, tindakan harga yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dilakukan untuk melindungi kepentingan umum. Regulasi harga, yang merupakan bagian dari intervensi pemerintah, memiliki dua tujuan, menurut Mannan:

1. Fungsi ekonomi: membantu masyarakat miskin menghasilkan lebih banyak dan mendapatkan lebih banyak uang.
2. Fungsi sosial: mengurangi perbedaan antara masyarakat kaya dan miskin.(Muslimin et al., 2020)

#### **b. Regulasi Harga**

Regulasi harga sebenarnya merupakan hal yang tidak populer dalam khazanah pemikiran ekonomi Islam, sebab regulasi harga yang tidak tepat dapat menciptakan ketidakadilan. Regulasi harga di perkenankan pada kondisi-kondisi tertentu dengan tetap berpegang pada nilai keadilan.



Baqir As Sadr menjelaskan bahwa jika pasar tetap bekerja dengan sempurna tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga penetapan harga akan mendistorsi harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar. Pada masa Rasulullah dan masa Khalifah Umar bin al-Khattab r.a kota Madinah pernah mengalami kenaikan tingkat harga barang-barang (misalnya gandum) sehingga menurunkan pasokan di pasar karena kegagalan panen. Beliau menolak permintaan para sahabat untuk mengatur harga pasar tetap melakukan impor besar-besaran (gandum) dari Mesir. Oleh karena itu, penawaran barang-barang Madinah kembali melimpah, dan harga turun. Namun, pada masa Umar bin al-Khattab, tindakan ini tidak cukup, karena daya beli masyarakat Madinah sangat rendah, sehingga harganya bahkan tidak dapat diterima. Khalifah Umar kemudian memberikan kupon kepada para fakir miskin. Kupon ini dapat ditukar dengan sejumlah barang tertentu. Di bidang fiqh, regulasi harga dikenal dengan istilah "tas'ir", yang berarti menetapkan harga tertentu untuk barang yang diperjualbelikan tanpa mengganggu pemilik atau pembeli barang tersebut. Dalam ekonomi Islam, kekuatan permintaan dan penawaran adalah kekuatan-kekuatan pasar yang menentukan harga.

Permintaan dan penawaran dalam Islam harus bertemu secara sukarela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain. (Saputra, 2023)

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari lapangan dan disajikan penulis dalam suasana penelitian kualitatif dengan menggunakan data yang diperoleh langsung dari lapangan berupa observasi, wawancara, atau dokumentasi. (Burgess, 2006).

Pendekatan kualitatif yang penulis gunakan adalah berdasarkan dengan kesesuaian dari judul yang diajukan dan keadaan lapangan yang ada. Dengan digunakannya pendekatan kualitatif, maka data yang didapat akan lebih kredibel, lengkap, lebih mendalam, bermakna, dan komprehensif (Muslimin et al., 2020)

Lokasi penelitian berada di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu. Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, dilakukan melalui teknik sebagai berikut:

### a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua orang: pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan terwawancara (yang memberikan jawaban). Wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan cara tidak struktural agar informan mendapatkan keleluasaan dalam mengemukakan pemikiran dan pandangan dengan perasaan secara natural. (Maskuroh, 2019)

### b. Dokumentasi

Dokumen terdiri dari materi tertulis atau film, kecuali rekaman yang tidak disiapkan karena permintaan penyidik. Namun, catatan adalah setiap pernyataan tertulis yang dibuat oleh seseorang atau organisasi untuk pengujian suatu peristiwa atau untuk menyajikan akunting. Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai teknik

dokumentasi adalah dengan memeriksa dokumen tertulis, seperti buku, laporan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya, yang mengandung informasi atau data yang diperlukan peneliti.(Farawansah, 2023)

c. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan dokumentasi fakta-fakta yang diperlukan oleh peneliti. Observasi adalah dasar ilmu pengetahuan karena para ilmuwan bekerja berdasarkan data, yaitu fakta tentang dunia nyata yang dihasilkan melalui kegiatan observasi. Peneliti akan melakukan Observasi di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu.(Chandra, 2021)

### Teknik Analisis Data

a. Data *reduction* ( data Reduksi)

Proses reduksi data berasal dari catatan lapangan dan berfokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data. Proses ini terjadi sepanjang proses pengumpulan data.(Hidayati, 2019)

b. Data *display* ( Penyaji Data)

Penyaji data ialah sekumpulan data terstruktur yang memungkinkan pengambilan keputusan dan penarikan kesimpulan. Pada masa lalu, teks naratif adalah penyajian data kualitatif yang paling umum.(Rizkiyah, 2019)

c. *Conclusion* data ( penarik kesimpulan)

Prediksi awal hanyalah prediksi sementara dan akan berubah jika bukti yang kuat ditemukan pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika prediksi yang dibuat pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka prediksi tersebut dapat dianggap kredibel.(Arikunto et al., 2005)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Faktor Pendukung Eksistensi Pasar Panorama

#### 1. Mekanisme Penetapan Harga

Pasar adalah suatu mekanisme dimana terjadinya pertukaran barang dan jasa yang bersifat alamiah dan telah ada sejak adanya peradaban manusia. Pasar adalah bagian yang sangat penting dalam keberlangsungan hidup seorang muslim dan dapat dijadikan sebagai sarana hubungan seorang dengan tuhan, dengan kata lain pasar adalah bisnis ibadah Islam dalam kehidupan ekonomi. Harga yang terbentuk dipengaruhi dari penawaran dan permintaan pasar, dimana pedagang dan pembeli melakukan transaksi yang didasari rasa saling pengertian dan sukarela, di dalam transaksi tidak boleh ada intervensi harga dari satu pihak tertentu.(sukarno wibowo; Dedi Supriadi, 2013)

Rasulallah tidak pernah setuju dengan penentuan harga, dikarenakan harga adalah sesuatu yang terbentuk secara alami dan berjalan apa adanya. Karena hal yang bisa mempengaruhi biaya adalah jumlah penawaran dan permintaan barang, biaya produksi, kualitas barang, tawar menawar pembeli dan penjual dan biaya modal. Searah dengan hasil wawancara kepada pedagang tentang penentuan harga di Pasar Panorama telah berjalan secara alami karena tidak ada intervensi dari pihak manapun.

Penjelasan dari bapak Iman (37 tahun) sebagai pedagang sayur “kalo soal hargo pastinya kito kasih hargo sesuai kek modal kito,kalo modalnyo murah yo kito kasih

hargo murah pulo, tapi kalo modalnyo agak tinggi kito naikkan hargonyo. Biasonyo setau aku kalo hargo modalnyo tinggi berarti barang di pasar ko lagi dikit. Cak itu pulo kalo barang nyo banyak, pasti kito dapek hargo modal murah, terus kito jual murah pulo daripada barangnyo numpuk bae. Cak itulah turun naik bae” Artinya “Kalau soal harga yang kitqa tawarkan sesuai dengan modal barang tersebut, kalau modal yang digunakan murah, maka harga akan ikut murah, tapi kalau harga modalnya agak tinggi kita akan naikkan harganya. Biasanya setau saya kalo harga modalnya tinggi berarti barang yang ada di pasar lagi sedikit. Seperti itu juga kalau barang yang ada banyak persediaan, pasti harga modal yang didapatkan murah, terus kita jual harga murah saja daripada barangnya hanya menumpuk, begitulah turun naik saja”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Selanjutnya jawaban dari ibu Desi (42 tahun) sebagai penjual alat rumah tangga yang sudah berjualan kurang lebih 3 tahun di pasar Panorama. Ia menjelaskan “ Kalo harga yang di berikan pastinya menyesuaikan biaya yang di keluarkan, ongkos dan yang lain. Kalau harga BBM naik Pasti barang juga ikut naik karena ongkos yang kita bayar bertambah.”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Selanjutnya wawancara kepada pedagang pakaian bekas yang bernama ibu Sismi (35 tahun) ketika ditanya mengenai penetapan harga ia menjawab “hargo pakaian ni musiman, kalau lagi musimnyo, banyak nian yang beli walaupun hargonyo agak mahal. Tapi kalau lah idak ado viral lagi kito kasih murah ajo hargonyo asal laku.” Artinya “kalau harga pakaian yang di jual ini musiman, kalau sedang musimnya banyak yang membeli walau harganya sedikit mahal, tapi kalau tidak viral lagi kita berikan harga yang murah asal barang bisa terjual.”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Sejalan dengan poin pertanyaan mengenai penetapan harga, harga produk yang dijual di pasar Panorama lebih murah karena mengambil langsung dari distributor yang ada tanpa harus membelinya di tempat yang jauh dan memerlukan biaya pengiriman yang besar. Dengan harga yang lebih murah dan biaya transportasi lebih rendah dapat mempengaruhi harga yang ada menjadi lebih murah. Dari penjelasan pembeli yaitu ibu endang (33 tahun) harga yang ada di pasar ini memang murah sehingga menarik minat untuk belanja di sini “Saya kalau belanja ya pasati disini karena harganya murah, jadi bisa berhemat.”(Wawancara Juni 2024, n.d.). Dengan mengambil barang langsung dari distributor dan pemasok dengan harga yang lebih murah dan tidak ada biaya ongkos kirim membentuk harga yang ada di pasar ini tergolong harga yang murah. Selain adanya harga yang murah, tawar menawar juga menjadi salah satu ciri pasar tradisional.

Dengan harga yang terbilang murah ini maka membuka peluang untuk mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dari pasar yang lainnya. Faktor harga termasuk dari sebuah pertimbangan dalam memutuskan untuk bertransaksi. Salah seorang pembeli yang sering bertransaksi di pasar Panorama, ibu lisa mengatakan “harga di pasar ini terjangkau sekali, lebih murah dari pasar lain” pertimbangan yang di buat oleh konsumen, terutama oleh konsumen ibu rumah tangga adalah soal harga, karena dengan harga yang lebih murah pengeluaran untuk kebutuhan tidak menjadi besar dan kelebihannya bisa di alihkan untuk kebutuhan lainnya.(Wawancara Juni 2024, n.d.)

## 2. Produk yang Dijual di Pasar Tradisional Panorma

### a. Variasi Produk

Produk yang tersedia di pasar Panorama adalah: minyak goreng, beras, gula, tepung, kacang, telur, tahu, tempe, bawang merah, bawang putih, cabai, rempah-rempah, kecap, saos, detergen, minuman kemasan, sarung, pakain, sepatu, sandal, ikan, bumbu masakan, jasa penggilingan kelapa, jasa penggilingan daging, bantal, keset, sapu, pel, gayung, kopi, bakso, mie ayam, peralatan rumah tangga dan masih banyak yang lainnya. Ketika produk yang tersedi bervariasi itu akan mendorong minat pembeli untuk berbelanja disini.

Penjelasan yang di ungkapkan oleh ibu hidayati “kalau kita ke pasar itu maunya sekali aja tapi semua barang yang dibutuhkan dapat semua, di pasar ini bisa saya beli semua kebutuhan terutama kebutuhan dapur. Saya pilih pasar ini ya karena emang bisa dibidang barangnya lengkap, jadi saya bisa cepat kalau belanja”(Wawancara Juni 2024, n.d.). Dengan jumlah pedagang yang banyak dan menyediakan produk yang beragam dapat membuat pembeli di pasar ini meningkat. Produk yang bervariasi adalah salah satu faktor eksistensi pasar ini. “Seperti yang dikatakan oleh ibu Nurul “disini lengkap pedagangnya pun banyak, jadi banyak pilihan, biasanya saya beli sembako saja seperti beras, minyak, gula, dan sayur-sayuran juga”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

### b. Kualitas Produk

Pasar Panorama adalah pasar tradisional yang didalamnya banyak menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang baik. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak Jeni Agustian sebagai staff penagih “Produk yang ada di pasar ini banyak disenangi oleh pembeli karena memang kualitasnya bagus, kualitas produk itu paling penting kalau berdagang.”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Hal ini juga dikatakan oleh pembeli bernama ibu Iyah yang memilih belanja di pasar ini karena sayur yang di jual segar-segar dan harganya murah.(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Selain penjelasan yang sudah ada, Pedagang di pasar Panorama menjual barangnya dengan mengutamakan kejujuran, kejujuran tersebut bisa dilihat dari berat timbangan yang diberikan tidak dikurangi. Berdasarkan penjelasan ibu Rika ia mengatakan bahwa setiap menimbang, timbangan selalu dihadapkan dengan pembeli sehingga timbangan yang sesuai dan bisa di percaya”(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Untuk produk yang kurang baik selalu di beritahu kepada pembeli dan harga yang ditawarkan akan lebih murah, sesuai dengan kata pak Paijo sebagai penjual bawang mengatakan bahwa menjual bawang lumayan beresiko karena cuaca yang berubah ubah, maka bawang akan lebih cepat membusuk, jika bawang menunjukkan tanda tanda akan membusuk maka harga yang di berika akan lebih murah.(Wawancara Juni 2024, n.d.)

Namun tidak semua pembeli mengakui bahwa timbangan dan kualitas produk yang dijual dipasar ini baik, seperti yang diungkapkan oleh ibu siti, ketika beliau pernah membeli ikan, saat membeli penjual mengatakan ikan masih baik dan segar namun ketika sampai dirumah dan ingin di masak, ikannya berbau kurang sedap, namun hal seperti ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor kemungkinan seperti ikannya kepanasan atau terlalu lama didalam plastik masih bisa ditoleransi”(Wawancara

*Juni 2024, n.d.)*

Beragamnya produk yang ditawarkan oleh pedagang menjadi penggerak angka permintaan yang tinggi. Permintaan dalam islam hanya untuk barang yang halal dan tayyib, tidak ada permintaan barang yang bertujuan untuk bermewah-mewahan dan sesuatu yang di hambur-hamburkan. Ini beriringan dengan permintaan yang ada di pasar Panorama yang mana permintaan yang ada adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang ada. Para pedagang menjual barang yang utamanya untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dengan mengutamakan perlindungan terhadap sumber daya alam dan lingkungan yang ada. Contohnya sayur –sayuran, buah, ikan dan daging yang masih segar menjadi salah satu alasan untuk konsumen membeli barang disini.

Banyaknya jumlah pedagang yang menawarkan barang yang berbagai jenis dan macam yang bervariasi serta kualitas yang baik menjadikan alasan pembeli menjadi ramai yang datang.(Hariyanto, 2013)

### 3. Lokasi dan Prasarana Pasar Panorama

Wawancara yang telah dilakukan kepada pengurus pasar dalam pengelolaan pasar Panorama adalah “Pasar ini sudah dilengkapi dengan kios, meskipun belum mencukupi untuk disewa pedagang, untuk itu ada alternatif lain yaitu auning dan pelataran.”(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Menurut bapak Triyono (45 tahun) penjual aksesoris laki-laki pasar Panorama memiliki lumayan banyak kios, karena itu saya tidak perlu membawa dagangan saya pulang, bisa disimpan di kios saja.(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Untuk pembeli seperti ibu Indah, dia mengatakan bahwa dengan adanya kios ini memudahkannya untuk mencari barang yang ingin di beli, misalnya ingin membeli daging, saya sudah tau harus mencari ke arah mana.(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Pasar ini terletak di Kota Bengkulu yang mana akses menuju pasar ini mudah di jangkau, bisa di jangkau melalui empat titik jalan, jaitu dari jalan Manggis, dari jalan Hibrida, dari KM 6.5 dan dari arah simpang 4 Panorama, selain itu adanya terminal menjadikannya letak yang strategis., sesuai yang dijelaskan ibu Pita (32 tahun) “pasar panorama mudah di jangkau, pakai angkot bisa, pakai motor juga bisa”.(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Dalam hal iuran wajib untuk para pedagang Pengelola pasar memungut biaya untuk setiap kios atau auning yang di gunakan, retribusi biasanya tiga ratus ribu sampai lima ratus ribu rupiah per bulannya. sedangkan untuk iuran kebersihan 3 ribu sampai 5 ribu perhari.(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Soal ini di sampaikan oleh bapak Asdi (33 tahun) pedagang pakaian “biaya kios perbulannya adalah tiga ratus ribuan,kalau untuk biaya kebersihannya hanya 3 ribu perhari”(Wawancara Juni 2024, n.d.). Selain itu pedagang yang tidak memiliki kios atau bejualan di pelataran hanya membayar iuran 5 ribu rupiah perharinya. Ini juga di ungkapkan oleh ibu Resi(40 tahun) pedagang sayur di pelataran “disini beda sama di kios,kalau disini cukup bayar 5 ribu per hari untuk iurannya.”(*Wawancara Juni 2024, n.d.*)

Harga sewa dan iuran kebersihan ini adalah salah satu hal yang berpengaruh dengan harga jual yang diberikan. Karena semakin sedikit modal yang dikeluarkan maka semakin murah barang yang di tawarkan oleh para pedagang. Menurut Ibnu Taimiyah,

salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan dan berpengaruh terhadap harga adalah biaya sewa yang diwajibkan kepada pedagang. Dengan jenis produk yang sama pedagang yang memiliki kewajiban membayar sewa pastinya akan memberikan harga yang sedikit lebih tinggi dari yang tidak mempunyai kewajiban membayar sewa. (Maisarah, 2022)

## B. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Eksistensi Pasar Panorama

### 1. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga di pasar Panorama

Islam memandang pasar, negara dan individu berada dalam keseimbangan, tidak boleh ada salah satu yang lebih dominan atas yang lain. Pasar dalam islam dijamin kebebasannya. Pasar bebas menentukan produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan atau intervensi dari luar yang mengakibatkan tidak seimbangnnya pasar. Sesuai dengan konsep mekanisme pasar dalam islam pada pembentukan harga yang di rujuk dari hadist Riwayat Thusi yang Artinya : “ Rasulullah SAW melewati orang-orang yang menimbun barang kemudian menyuruh penimbunya ke tengah-tengah pasar dan tempat-tempat yang dapat dilihat dengan mata. Kemudian seorang sahabat berkata kepada beliau, “ Alangkah baiknya kalau tuan ( Rasulullah Saw ) mau menetapkan harga sepihak.”. Namun beliau marah sehingga tanda kemarahannya terlihat di wajahnya, lalu beliau bersabda, “ Apakah aku harus menetapkan harga sepihak kepada mereka ?. Harga barang adalah terserah kepada Allah, Dia menaikannya atau menurunkannya dengan kehendak-Nya “. Dari sini kita tahu, siapapun termasuk penguasa tidak berhak menetapkan harga kecuali hanya Allah sendiri. Yang di maksud dari harga adalah ketetapan dari Allah yaitu harga yang terjadi karena keseimbangan antara jumlah permintaan dan jumlah penawaran.

Harga akan berjalan menurut sunnatullah apabila :

1. Adanya hukum permintaan dan penawaran
2. Penyediaan barang-barang yang benar
3. Tidak adanya hambatan-hambatan yang memung-kinkan terjadinya ekonomi biaya tinggi (Effendi, 2020)

Ketika mekanisme penetapan harga menurut ekonomi islam tersebut di digunakan untuk meninjau penetapan harga yang ada di Pasar Panorama. Bisa dikatakan bahwa pembentukan harga di Pasar Panorama sudah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam yang ada. Karena pembentukan harga yang terjadi sepenuhnya karena permintaan, modal penyediaan barang, dan tidak ada hambatan yang mengakibatkan ekonomi biaya tinggi.

### 2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kualitas Dan Jenis Barang

Sesuai dengan salah satu syarat sah akad jual beli yaitu objek (produk), maka objek yang ada harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1). Barang yang dijual bersih, maksudnya barang yang diperjual belikan bukanlah benda najis atau termasuk barang yang diharamkan. Hal ini berdasarkan hadis Nabi Muhammad SAW, Dari Jabir Ibn Abdillah, bahwa ia mendengar Rasulullah SAW bersabda pada tahun kemenangan Makkah: “ Sesungguhnya Allah telah melarang (mengharamkan) jual-beli arak, bangkai, babi dan patung” lalu seseorang bertanya

“bagaimana dengan lemak bangkainya, karena dipergunakan untuk mengecat kayu dan minyaknya untuk lampu penerangan? Kemudian Rasulullah SAW menjawab “Mudah-mudahan Allah melaknat orang-orang yahudi karena sesungguhnya Allah telah mengharamkan lemak bangkai pada mereka, tetapi menjadikannya, menjualnya serta memakannya (hasilnya)

Dalam hadis di atas menurut Syafi’iyah diterangkan bahwa arak, bangkai, babi dan patung adalah haram dijual belikan karena najis, adapun berhala jika dipecah-pecah menjadi batu biasa boleh dijual sebab dapat digunakan untuk membangun gedung atau yang lainnya

2). Dapat dimanfaatkan, maksudnya yaitu barang yang diperjual belikan harus ada manfaatnya sehingga tidak boleh memperjual belikan barang-barang yang tidak bermanfaat.

3). Milik orang yang melakukan aqad, maksudnya bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas sesuatu barang adalah pilihan sah barang tersebut dan atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut.

4). Mengetahui, maksudnya adalah barang yang diperjual belikan dapat diketahui oleh penjual dan pembeli dengan jelas, baik zatnya, bentuknya, sifatnya dan harganya. Sehingga tidak terjadi kekecewaan diantara kedua belah pihak.

5). Barang yang di aqadkan ada ditangan, maksudnya adalah perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum ditangan (tidak berada dalam kekuasaan penjual) adalah dilarang, sebab bisa jadi barang sudah rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.

6). Mampu menyerahkan, maksudnya adalah keadaan barang haruslah dapat diserahkan terimakan. Jual beli barang tidak dapat diserahkan terimakan, karena apabila barang tersebut tidak dapat diserahkan terimakan, kemungkinan akan terjadi penipuan atau menimbulkan kekecewaan pada salah satu pihak.(Shobirin, 2016)

Berdasarkan hasil penelitian, tinjauan ekonomi islam terhadap produk yang ada di pasar panorama sudah memenuhi syarat karena menyajikan banyak sekali variasi produk yang bisa dipilih oleh pembeli selain itu produk yang di jual memiliki kualitas yang baik.

### 3. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Lokasi Yang Strategis

Proses dalam pemilihan lokasi bagi pelaku bisnis merupakan aspek yang sangat perlu diperhatikan sebelum usaha itu didirikan. Para pakar ekonomi sangat memperhatikan masalah lingkungan sebagai akibat adanya hubungan yang kuat antara investasi dan lingkungan. Pada dasarnya dalam mendirikan suatu usaha tidak lepas kaitan tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya dengan meihat bahwa tidak akan akan melakukan kerusakan atau merugikan lingkungan. Islam merupakan agama yang menatur segala spek dalam kehidupan di muka bumi salah satunya mengajarkan bahwa dalam melindungi lingkungan berdasarkan pada akidah dan akhlak yang mana seseorang muslim percaya bahwa lingkungan adalah tempat yang diciptakan oleh Allah SWT dan dianugerahkan kepada manusia untuk dapat dipelihara sebaik-baiknya dengan tidak merusaknya.

Pandangan mengenai aturan-aturan tersebut menimbulkan adanya perlindungan lingkungan dari setiap tindakan yang membahayakan.<sup>44</sup> Seperti firman Allah mengenai larangan dalam merusak lingkungan tertuang dalam Al-Qur’an surat Al-

A'raf ayat 56 :

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdo'alah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.”(Departemen Agama RI, 2020)

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa Allah melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan yang mana dapat merugikan orang lain. Begitu pun kaitanya dalam pelaku bisnis dalam pemilihan lokasi diharapkan agar mampu memberikan manfaat yang positif bukan memberikan dampak negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Mengukur suatu keimanan bukan hanya berfokus pada hal ibadah saja akan tetapi berperilaku baik terhadap sesama makhluk hidup dan juga sesamanya dengan memperhatikan lingkungan dan juga menjaga dan tidak mencoba untuk merusaknya merupakan salah satu bentuk keimanan dan rasa syukur sebagai makhluk hidup atas anugerah dari Allah SWT. Maka dari itu, dalam pemilihan lokasi tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi saja tapi juga harus dapat memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena dengan begitu secara tidak langsung akan memberikan dampak positif terhadap usaha yang dijalankan ditempat tersebut.(Asmawati, 2022)

Lokasi yang pasar strategis digunakan oleh pedagang untuk berjualan di pasar ini untuk meningkatkan penjualan produknya, begitupula para pembeli menggunakan lokasi strategis ini untuk memenuhi kebutuhannya dengan mudah.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Analisis faktor-faktor pendukung eksistensi pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pasar Tradisional Panorama memiliki beberapa faktor pendukung eksistensinya saat ini. Faktor-faktor tersebut adalah memiliki harga yang lebih murah, menyediakan produk yang bervariasi, dan yang terakhir adalah memiliki lokasi yang strategis. Dengan adanya faktor-faktor tersebut pasar tradisional Panorama berhasil memiliki eksistensi di kalangan masyarakat.
2. Pasar Panorama telah menerapkan prinsip ekonomi Islam, karena didalamnya tidak ada kecurangan terutama dalam hal jual beli. Dari ketiga faktor eksistensi pasar Panorama, semua faktor tersebut tidak keluar dari prinsip ekonomi islam..

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan saran yaitu :

1. Saran kepada pengelola pasar mengenai pedagang yang ada di pinggir jalan untuk menjaga ketertiban agar tidak menimbulkan kemacetan.
2. Saran kepada pengelola pasar untuk menertibkan lokasi parkir yang memakan bahu jalan.



## DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, M. F., Finthariasari, M., & Permayanti, Y. (2023). The effect of perceived value through brand image on the decision to purchase an iPhone at by phone shop, Bengkulu City.
- Andriani, M. N., & Ali, M. M. (2013). Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Jurnal Teknik PWK*, 2.
- Arikunto, S., Cipta, R., Mulyana, D., Rosdakarya, R., & Kualitatif, M. P. (2005). Metodologi Penelitian. *PT. Rineka Cipta, Cet.XII)an Praktek*.
- Arini, E., Putra, Y. P., Ratnawili, B. A., & Finthariasari, M. (2021). Strategi Pengelolaan Keuangan bagi Bisnis Batik Besurek Bengkulu
- Asmawati, L. (2022). *Pengaruh Lokasi Strategis Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Modern Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Modern MBC Swalayan di Kota Metro)*.
- Burgess, R. G. (2006). *An Introduction to Field Research*. Taylor & Francis e-Library.
- Chandra, V. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Departemen Agama RI. (2020). *Al-Quran Dan Terjemahannya*.
- Effendi, S. (2020). *Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 112, 26–35.
- Farawansah, N. L. N. (2023). ... Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Pasar, Widoropayung, Kab. Situbondo). (*Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*).
- Finthariasari, M. F., Herwan, M. D. K., & Nita, Z. A. (2023). The Influence Of Promotional Strategies And Social Media On Purchase Decisions (Case Study on Buyers Using Ms Glow Skincare in Bengkulu City). *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 857-866. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3451>
- Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., & Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 661-672. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2224>
- Finthariasari, M., & Zetira, A. M. (2022). Purchase Intention: Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 16-25.
- Hariyanto, E. (2013). *Hukum Dagang & Perusahaan di Indonesia*.
- Hidayati, S. (2019). Potensi Pasar Pasar dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Ditinjau dalam Ekonomi islam (pasar subuh Tungkop, Darussalam, Aceh Besar). *Universitas Islam Negeri Ar-Rabiry Banda Aceh*.
- Kusuma, M., Arianto, T., & Finthariasari, M. (2021). Analisis Pengaruh Minat Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Dimediasi Variabel Pekerjaan Yang Diharapkan. *Jurnal Manajerial*, 8(03), 278-293. <http://dx.doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v8i03.2727>
- Maisarah. (2022). Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar). (*Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*), 8.5.2017.
- Maskuroh, N. (2019). Peran pasar tradisional dalam peningkatan perekonomian masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro). (*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*).

- Muslimin, S., Zainab, & Wardah, J. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2, 1–11.
- Observasi Pasar Panorama*. (2024).
- Oktarini, D., Finthariasari, M., Nuari, T. N. V., Marta, F. R., & Yami, F. M. (2022, April). Strategi Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mebel Sederhana. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, pp. 135-146).
- Rizkiyah, J. (2019). Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Pasar Gedang Lumajang. (*Skripsi, Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember*), November.
- Saputra, S. E. (2023). Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu*.
- Shobirin. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239.
- Sholikhuddin. (2021). Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kualitas Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Legi Ponorogo). (*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*), 3(2).
- sukarno wibowo; Dedi Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Setia.
- Sukirno, S. (2019). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers.
- Susanto, R. Y. (2019). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2).
- Wawancara Juni 2024. (n.d.).