PERSEPSI PEDAGANG PASAR TERHADAP PELAYANAN PD PASAR MANADO DITINJAU DARI TEORI MANAJEMEN ISLAM

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh
Nevita T. Mamonto
NIM. 20141083

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
1446 H/2024 M

PERNYATAAN KEASLIAN DATA

ii

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nevita T. Mamonto

Nim : 20141083

Program : Sarjana (Strata satu)

Institut : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 03 September 2024

Saya yang menyatakan,

Nevita T. Mamonto

Nim. 20141083

SURAT PERSETUUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di

Manado

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/I:

Nama : Nevita T. Mamonto

Nim : 20141083

Judul Skripsi : Persepsi Pedagang Pasar Terdahap Pelayanan PD Pasar Ditinjau dari Teori Manajemen Islam

Sudah dapat diajukan untuk Ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing 1

Dr. Radhlayah Hasan Jan, M.Si
Nip. 197009061998032001

Pembimbing 2

Lily Anggrayni, S.E., M.S.A,
Nip. 199206122020122009

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A.
Nip. 199403152019032018

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **"Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Pelayanan PD Pasar Ditinjau dari Teori Manejem Islam"** yang disusun oleh Nevita T. Mamonto, NIM: 20141083, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada 16 Desember 2024 Bertepatan dengan 14 Jumadil Akhir 1446 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 16 Desember 2024

DEWAN PENGUJI :

Ketua	**: Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si., Ak**	(.....)
Sekertaris	**: Lilly Anggrayni, M. S. A., CFP**	(.....)
Munaqisy I	**: Dr. Syarifuddi, M.Ag**	(.....)
Munaqisy II	**: Nur Shadiq Sandimula, M.E**	(.....)
Pembimbing I	**: Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si., Ak**	(.....)
Pembimbing II	**: Lilly Anggrayni, M. S. A., CFP**	(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si., Ak
NIP. 197009061998032001

MOTTO

Tetaplah hidup dan bahagia, meski lengkap yang terlihat hanyalah bagian dari reruntuhan luka.

"Man Jadda Wajada"

(Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhassil)

"Letakkan aku dalam hatimu, maka aku akan meletakkanmu dalam hatiku" (Q.S Al-Baqarah: 152)

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-latin berdasarkan suear keputusan bersama menteri agama RI, dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 januari 1998.

Transliterasi Arab-Latin IAIN
Manado adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	T
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ج	ṡ	غ	g
ح	j	ف	f
خ	ḥ	ق	q
د	kh	ك	k
ذ	d	ل	l
ر	ż	م	m
ز	r	ن	n
س	z	و	w
ش	s	ه	h
ص	sy	ء	‘
ض	ṣ	ي	y
	ḍ		

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, harus ditulis secara lengkap, seperti;

احمديَة : ditulis *Ah{madiyyah*

شمسيَة : ditulis *Syamsiyyah*

3. Ta>'Marbu>t{ah di Akhir Kata

a. Bila dimatikan ditulis "h", kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhu>riyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis "t":

نِعْمَةُ ٱ لل : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zaka>t al-Fit}r*

4. Vokal Pendek

Tanda fath{ah ditulis "a", kasrah ditulis "i" dan d}amah ditulis "u".

5. Vokal Panjang

a. "a" panjang ditulis "a>", "i" panjang ditulis "i>", dan "u" panjang ditulis "u>", masing-masing dengan tanda *macron* (>) diatasnya.

b. Tanda *fath{ah* + huruf ya> ' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis "ai", dan *fath{ah+wawu>* mati ditulis "au".

6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أأنت م : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

7. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

القرآ ن : ditulis al-Qur’a>n

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السن ة : ditulis *as-Sunnah*

8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

9. Kata dalam Rangkaian frasa kalimat

a. Ditulis kata per kata atau;

b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ االسال م : *Syaikh al-Islam*

تاج الشريع ة : *Ta>j asy-Syari> ‘ah*

التصور االسالم ي : *At-Tas}awwur al-Isla>mi>*

10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb., ditulissebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul ***"Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Pelayanan PD Pasar Ditinjau dari Teori Manajemen Islam"*** sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Manado. Tak lupa pula shalawat serta salam senantiasa tercurah pada Baginda Rasulullah SAW, keluarganya, sahabatnya, dan insyaAllah curahan rahmatnya akan sampai pada kita selaku ummat yang mengikutinya.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk dua orang paling berjasa dalam hidup penulis, untuk yang tercinta nan terkasih yaitu Ibu Tenti Manoppo dan Bapak Tesian Mamonto yang menjadi alasan penulis untuk tetap hidup dan menghadapi berbagai ujian yang datang selama proses penelitian. Dari dalam hati yang paling tulus nan ikhlas, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Mamah dan Papah yang sudah mengizinkan penulis untuk bisa merasakan dunia perkuliahan yang tidak bisa dirasakan kebanyakan anak seusia penulis, meskipun diiringi dengan langkah yang tertatih. Terimakasih yang terdalam karena sudah berbesar hati tetap bertahan hingga saat ini. Terkhusus Mamah, penulis tidak pernah berhenti berterimakasih sebab sudah menjadi wanita hebat dan tangguh sebagai contoh yang baik untuk penulis dan adik. Terimakasih karena tetap mengiringi langkah penulis dengan doa-doa yang tidak bisa penulis balas meski dengan tetesan darah. Terimakasih yang paling dalam juga penulis ucapkan untuk Nenek Raiseng Mokoagow dan Alm. Kakek Rajiun Manoppo yang teramat penulis sayangi setelah mamah dan papah. Terimakasih karena mau menjadi rumah tempat pulang disaat dunia terasa runtuh, terimakasih untuk tiap pelukan, juga setiap usaha yang berusaha dilakukan untuk terus membantu penulis dan Mamah. Tak lupa, terimakasih untuk yang terkasih, adik Fitria Tesian Mamonto dan Duta Manoppo yang selalu menghibur dan memberikan support untuk penulis meski terkadang masih sangat menyebalkan dan nakal. Serta ucapan terimakasih juga kepada seluruh keluarga

yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama memasuki dunia perkuliahan. Semoga kita semua sehat selalu dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat yang sangat berarti untuk tugas akhir skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Maka dari itu pada kesempatan ini juga ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI., Wakil Rektor I Bidang Akademik Dr. Edi Gunawan, M.HI, Wakil Rektor II Bidang Adminitrasi Umum dan Keuangan Dr. Salma, M. HI., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Dr. Mastang Ambo Baba, S.Ag., M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado, Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E., M.Si., CGAM., CWC Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si (alm), Wakil Dekan II, Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si. Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Dr. Syarifuddin M.,Ag.
3. Ketua Program studi Ekonomi Syariah Ibu Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak., dan Sekertaris Program studi Ekonomi Syariah Ibu Lily Anggrayni, M.S.A.
4. Dosen Pembimbing I Saya Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E., M.Si., CGAM., CWC, terima kasih atas waktunya dalam bimbingan, arahan, kritikan dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing II Ibu Lily Anggrayni, M.S.A, terima kasih atas waktunya dalam bimbingan, arahan, kritikan, motivasi, dukungan, dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Syarifuddin M.,Ag. selaku dosen penguji I dan Bapak Nur Shadiq Sandimula M.E selaku dosen penguji II saya yang telah bersedia untuk menguji peneliti serta memberikan kritik, saran dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini
7. Seluruh dosen IAIN Manado khusunya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan. Dan Seluruh Staf IAIN Manado,

yang telah membantu administrasi perkuliahan dan pelayanan penulis hingga akhir ini.

8. Kepada Ulfia N. Mamonto S,Psi, Tariza Tina Muslim, Ditha E. Manoppo S,Pd, Airin R. Mamonto, Muhammad Rizky Rahman, Syintia Badahura, Dandi Lahati, Giska Gobel, Renaldi Abidin S.Sos, Pratiwi Kurniasari Madihutu, Felisha Ayu Amirullah, Irgiyani Suhardin S.E, Asnawi Mamonto S.Pd, Muhammad Zakaria Amin, Erick Gunawan Ibrahim, Jihan A. Sapati S.E, Yesa A. Mamonto S.E, Ikhtifa Abas S.Sos, Akmal Idris, Rahayu A. Kaila S.E, yang selalu membantu, memberikan motivasi, tidak pernah meninggalkan serta selalu memberikan dorongan pada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman angkatan 2020 terkhusus Ekonomi Syariah kelas C, terimakasih tentang kebersamaan yang selalu terasa manis untuk diingat.
10. Kepada keluarga besar DEMA FEBI tahun 2022 dan SEMA FEBI 2023, terimakasih sudah sama-sama belajar untuk memajukan ORMAWA FEBI dengan semaksimal mungkin dan membantu penulis untuk berkembang dalam ruang lingkup ORMAWA FEBI.
11. Teruntuk keluarga besar PMII Cabang Metro Manado, trimakasih karena menjadi rumah ternyaman untuk penulis belajar mengenai banyak hal, trimakasih karena sudah memperkenalkan pada penulis bahwa rumah ditanah rantau itu benar-benar ada, dan telah menjadi motivasi dalam berpengetahuan.
12. GenBI Sulawesi Utara yang menjadi wada penulis untuk mengembangkan wawasan, pengalaman dan relasi yang bermanfaat bagi penulis.
13. Pada Pihak Bank Indonesia yang telah memberikan bantuan beasiswa kepada penulis sehingga dapat menunjang kebutuhan perkuliahan penulis.
14. Pada pihak PD Pasar Manado, teruntuk Bapak Irving Kurniawan Biki selaku Direktur Utama dan Siska Zakaria juga Doni Utina sebagai kakak senior yang membimbing penulis selama 3 bulan magang dikantor PD Pasar sekaligus memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian di Pasar Bersehati.

Teriring doa, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulis

skripsi ini sangat teramat jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis meminta kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan selanjutnya. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN DATA ..... **ii**
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
MOTTO ..... **v**
TRANSLITERASI ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **16**
A. Latar Belakang 16
B. Identifikasi Masalah 22
C. Batasan Masalah 23
D. Rumusan Masalah 23
E. Tujuan Penelitian 23
F. Manfaat Penelitian 23
G. Definisi Operasional 24
H. Penelitian Terdahulu 29
BAB II KAJIAN TEORI **32**
A. Persepsi 32
B. Pedagang 33
C. Pasar 34
D. Pelayanan 34
E. Teori Manajemen Islam 35
F. Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Pelayanan 39
G. *Al-Hisbah* dalam Pengawasan Pasar 43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **44**
A. Jenis Penelitian 44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 45
C. Sumber Data 45
D. Teknik Pengumpulan Data 46
E. Teknik Analisis Data 49

BAB IV HASIL PENELITIAN 44

A. Gambaran Umum Pasar Bersehati 44

B. Hasil Penelitian 47

C. Pembahasan 57

BAB V PENUTUP 66

A. Kesimpulan 66

B. Saran 67

Daftar Pustaka 69

LAMPIRAN 72

Pedoman Wawancara 72

Pedoman Wawancara 73

ABSTRACT

Nama Penyusun : Nevita T. Mamonto

Nim : 20141083

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomidan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Persepsi Pedagang Terhadap Pelayanan PD Pasar Ditinjau dari Teori Manajemen Islam

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pedagang pasar bersehati terhadap pelayanan PD pasar ditinjau dari teori manajemen islam. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana pedagang menilai kualitas pelayanan, bagaimana pelayanan PD pasar Manado ditinjau dari prinsip manajemen islam, serta bagaimana persepsi pedagang terhadap pelayanan tersebut dalam perspektif islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, dengan informan utama yaitu pedagang pasar bersehati dan pihak pengelola PD pasar Manado. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap pelayanan PD pasar Manado masih beragam. Beberapa aspek, seperti penyediaan fasilitas dasar dan keamanan dinilai masih kurang baik meskipun beberapa pedagang juga mengemukakan bahwa pelayanan pihak pengelola pasar sudah cukup baik terlebih bagian kebersihan dan ketertiban. Jika ditinjau dari teori manajemen islam, pelayanan PD pasar Manado masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip tanggungjawab atau amanah. Pedagang merasa bahwa sistem pengelolaan pasar masih perlu diperbaiki untuk bisa lebih bermanfaat bagi semua pihak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa PD pasar Manado perlu meningkatkan pengawasan dalam pengelolaan pasar, memperbaiki sistem pelayanan, serta menerapkan prinsip-prinsip manajemen islam secara lebih optimal untuk menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih baik dan berdaya guna bagi pedagang.

Kata Kunci: Amanah Pengelolaan Pasar, Bersehati, Kualitatif, Manajemen Islam, Pelayanan

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum, ekonomi merupakan sebuah kajian ilmu sosial yang membahas sumber daya material individu, perkelompok, dan negara dengan maksud untuk mensejahterakan kehidupan manusia. Ekonomi merupakan bidang ilmu yang mengkaji perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam dan berkembang sesuai dengan sumber daya yang ada. Perkembangan Ekonomi sendiri adalah proses kenaikan jangka panjang dari satu negara maupun perusahaan yang menyediakan barang atau jasa sebagai pendukung berkembangnya ekonomi.[1] Ditengah gejolak ekonomi global yang melambat, perekonomian indonesia justru masih tetap terjaga dan bahkan semakin meningkat. ekonom senior, Raden Pardede mengungkapkan bahwa perekonomian Indonesia meningkat pada kuartal II di Tahun 2023. Hal ini dikarenakan stabilnya aktifitas ekonomi yang terjadi pada Tahun 2023, seperti stabilitas daya beli masyarakat yang tetap terjaga, inflasi yang terkendali, kuatnya kinerja ekspor dan impor, serta aktivitas produksi yang masih terus stabil.[2]

Perekonomian Sulawesi Utara mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 4,16 persen. Dari sisi produksi, sebanyak 16 lapangan usaha tumbuh positif, dengan pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 12,72 persen. Dari sisi pengeluaran, semua komponen tumbuh positif kecuali pada komponen pengeluaran konsumsi pemerintah dan pertumbuhan tertinggi terjadi pada komponen ekspor barang dan jasa sebesar 9,23 persen. Pada tahun 2022 perekonomian Sulawesi Utara diperkirakan masih berada dalam kategori pemulihan dan tumbuh menguat dibandingkan prakiraan sebelumnya. Aktivitas ekonomi meningkat seiring dengan meningkatnya adaptasi masyarakat dalam beraktivitas pasca pengendalian

[1] Abraham Maslow, 'Pengertian Ekonomi', *UIN University*, 2010, 1–31.
[2] Bappenas RI, 'Indonesia Dan Dunia', 5.2 (2021), p. 12.

COVID-19 yang semakin baik, serta permintaan eksternal yang masih tinggi, akan mendorong perekonomian dari sisi pengeluaran.[3]

Pasar adalah tempat terjadinya aktifitas jual beli antara pedagang dan pembeli. Yaitu adanya proses penawaran dan permintaan serta adanya barang atau jasa yang diperjual belikan, yang kemudian terjadi kesepakatan dintara penjual maupun pembeli. Pasar memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi sebuah negara, contohnya transaksi jual beli yang ada dalam pasar dapat meningkatkan perekonomian negara lewat pajak dan retribusi. Pasar pula menjadi sumber lapangan kerja bagi sebagian masyarakat Indonesia, menjadi tempat untuk mempromosikan produk, karena bagi produsen, pasar merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan agar masyarakat dapat mengenal dan membeli produk-produk yang mereka tawarkan.[4]

Pasar di Manado merupakan suatu kawasan tertentu beserta bangunan diatasnya yang dimiliki dan ditetapkan oleh pemerintah kota Manado sendiri sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli antara masyarakat umum dengan para pedagang dan langsung memperdagangkan barang atau menawarkan jasa. Ada 2 (dua) jenis pasar yang ada dimanado yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat dimana kegiatan perdagangan barang maupun penawaran jasa, penetapan harga sering terjadi tawar-menawar hingga menemukan kesepakatan yang pas antara penjual dan pembeli. Pasar modern merupakan perdagangan barang atau penawaran jasa yang penggunaanya seperti *Shopping centre, supermarket,* pasar swalayan, toko serba ada, dan sejenisnya.[5]

Kota Manado memiliki pasar tradisional, salah satunya yaitu pasar bersehati yang merupakan pasar terbesar dengan jumlah pedagang dan kios terbanyak. Pasar bersehati juga mempunyai keunggulan bersaing secara alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Selain lokasi yang strategis juga area penjualan yang sangat luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang terjangkau, sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan dari pasar

---

[3] Byron A. Salendiho, Debby Christina Rotinsulu, and Jacline I. Sumual, 'Analisis Perubahan Struktur Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2017 - 2021', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23.4 (2023), 97–108 (pp. 97–99).

[4] Bagus Ida Brata, 'Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global Ida Bagus Brata FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar', *FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 6.1 (2016), 1–12 (pp. 1–12).

[5] Lidia Anggreini, Ronny Gosal, and Gustaf Undap, 'Penataan Pasar Tradisional Di Kota Manado', *Jurnal Eksekutif*, 53 (2017), 1–9 (pp. 2–4).

bersehati. Namun, berbagai permasalahan-permasalahan umum yang terjadi pada pasar tradisional masih juga terjadi pada pasar Bersehati, seperti pengaturan area perdagangan yang tidak teratur, berjualan pada lahan atau kios sembarangan, serta kurang teraturnya sarana dan prasarana penunjang seperti portal keluar parkir yang sering mengalami kemacetan, kebersihan pasar serta keamanan pasar dan sebagainya.

Naik turunnya harga dipasar tergantung dari permintaan dan penawaran. Ibnu Khaldun menjelaskan mengnai mekanisme pasar bahwa, apabila sebuah kota bertumbuh dengan cepat, maju dan padat penduduk, maka pasokan barang akan melimpah. Hal ini dapat diartikan, karena pasokan yang meningkat, komoditas atau barang penting ini menjadi murah. Menurut Ibnu Khaldun, naik turunnya harga barang dipasar tergantung dari permintaan maupun penawaran yang terjadi dalam pasar. Apabila permintaan meningkat, maka harga barang juga akan meningkat. Sebaliknya, jika penawaran yang meningkat maka harga barang menjadi turun. Menurutnya, padatnya penduduk kota menjadi penggambaran seberapa banyak permintaan maupun penawaran yang akan terjadi dalam pasar yang mengakibatkan harga barang menjadi naik turun.[6]

Pedagang merupakan orang yang terlibat perdagangan atau memperjualbelikan barang yang tidak diperoduksi sendiri maupun yang diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang memiliki prinsip *buy* and *sell*, seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa pedagang memperjualbelikan hasil produksi sendiri maupun produksi orang lain demi memperoleh keuntungan yang diharapkan. Dalam sebuah pasar, pedag ang merupakan pelaku penting untuk mengadakan barang maupun jasa yang kemudian itu untuk ditawarkan atau dipromosikan pada calon pembeli. Pedagang selalu memiliki cara bagimana memikat calon pembeli dan hal itu tentu saja berangkat dari pengalaman mereka dalam melakukan transaksi jual beli. Contohnya seperti pedagang yang baru berkecimpung dalam melakukan transaksi jual beli, maka hal pertama yang mereka lakukan adalah beradaptasi dengan lingkungan, memahami kebutuhan dan permintaan pembeli, penentuan harga, dan cara untuk mempromosikan dagangan mereka. Jadi apabila mereka telah lama berkecimpung dalam dunia perdagangan, para pedagang cenderung lebih paham mengenai permintaan pasar, yang kemudian hal itu bisa memungkinkan mereka untuk memahami

[6] Indra Hidayatullah, 'Pandangan Ibnu Khaldun Dan Adam Smith Tentang Mekanisme Pasar', *Iqtishoduna*, 7.1 (2018), 117–45.

selera pembeli dan bisa memuaskan klien. Dari hal itulah, pedagang justru mendapatkan kepercayaan dari klien dan dapat meningkatkan target penjualan dan tentunya juga keuntungan.[7]

Sebuah pasar, dipimpin oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengatur letak serta menetapkan aturan-aturan yang kelak diberlakukan dalam pasar tersebut. Mengenai pengaturan pasar, hal itu justru pernah dibahas dalam buku *Islamic Management Theory* yang ditulis oleh Javed Iqbal Saani. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa Rasulullah SAW merupakan orang yang pantas untuk dijadikan role model dalam memimpin sebuah organisasi maupun dalam mengatur sekelompok orang seperti pedagang pasar.

Iqbal Saani mengemukakan bahwa orang yang mengatur sekelompok orang atau disebut manajer haruslah memiliki 3 sifat berikut, yaitu; Bertanggung jawab terhadap orang-orang yang dipimpinnya, jika dia beragama islam maka dia harus mematuhi aturan dan ketentuan agama (islam), bertanggung jawab atas kebutuhan dan kemiskinan orang-orang yang dipimpinnya.[8]

Manajemen pada masa Rasulullah tidak memiliki istilah-istilah modern seperti perencanaan/*planning,* pengorganisasian/*organizing,* pengarahan maupun kontrol. Namun fungsi manajemen sudah tercermin sejak zaman Rasulullah saat itu, seperti *syura* dan kerjasama, pembagian tugas dan wewenang, pemilihan pegawai, serta harmonisasi kemakmuran dan keadilan.[9] Pada masa tersebut, Rasulullah dan para sahabat menjunjung tinggi kejujuran dalam setiap praktik bisni s yang mereka jalankan. Bagi mereka, kejujuran merupakan tanggungjawab dasar yang harus mereka lakukan agar tidak ada rasa tidak adil dari konsumen atau rekan bisnis mereka sebab tidak mengatakan kejujuran selama berjalannya proses kegiatan bisnis yang mereka jalankan.

Praktik bisnis yang transparan dan jujur sangat penting, dan perjanjian harus jelas untuk mencegah hasil yang tidak diinginkan bagi penjual dan pembeli. Kepatuhan terhadap syarat-syarat perjanjian yang sah sangat penting. Kesahihan jual-beli dalam ajaran Islam menjadi dasar, seperti yang diilustrasikan oleh keterlibatan Rasulullah dalam perdagangan. Penetapan harga di pasar diperhitungkan dari banyaknya permintaan dan penawaran yang

---

[7] Tuti Kirana, Program Studi Manajemen, and Universitas Sintuwu Maroso, 'Pengaruh Modal Kerja , Jam Kerja , Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Ruang Terbuka Hijau (Rth) Di Kota Poso', 2022, p. 11.
[8] J I Saani, 'Introduction to Islamic Management Theory', *Researchgate.Net*, December, 2020, pp. 87–89.
[9] Etsuko Sugawara and Hiroshi Nikaido, *Manajemen Syariah*, *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 2014, LVIII.

terjadi dalam pasar. Hal ini tentu sama seperti penjelasan dari Ibnu Khaldun dalam penjelasan Djawahir Hajjaziey mengenai Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam bahwa penetapan harga itu bukan dari pemerintah, melainkan tergantung dari banyaknya penduduk kota yang kemudian mempengaruhi permintaan dan penawaran di pasar.[10]

Pemerintah kota Manado menetapkan peraturan untuk para pedagang pasar yang tercantum dalam peraturan daerah Manado No.1 Tahun 2013 pada BAB VII Pasal 11, bahwa setiap pedagang diwajibkan untuk menjaga keamanan dan ketertiban, memelihara kebersihan, memenuhi pembayaran iuran menyediakan alat pemadam kebakaran, membuka dan menutup tempat usaha masing-masing sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, serta melaksanakan ketentuan pemakaian tempat yang berlaku dan kewajiban lain yang ditetapkan oleh direksi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada para pedagang pasar bersehati, ditemukan adanya beberapa permasalahan yang sering sekali membuat resah para pedagang, yang didapati bahwa pelayanan PD Pasar Kota Manado kurang maksimal. Adanya permasalahan-permasalahan ini membuat beberapa pedagang langsung mendatangi kantor pusat PD Pasar kota Manado yang berletak di sopping center. Para pedagang meminta adanya tindak lanjut dari permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pasar bersehati untuk menjunjung kedamaian masyarakat pedagang dalam pasar besehati.

Dari berbagai permasalahan yang ada, penulis memperoleh beberapa keluhan dari 4 pedagang bersehati, seperti:

1. Pedagang BARITO mengeluhkan mengenai portal parkir keluar yang sering sekali macet, apalagi di pagi hari. Hal itu membuat beberapa pedagang resah karena harus mengantri panjang, apalagi ketika sedang didesak suatu keadaan yang membuat mereka terburu-buru untuk pulang. Hal itu menjadi keresahan subjek dikarenakan ada beberapa portal parkir yang kadang tidak digunakan, sehingga membuat antrean keluar menjadi panjang karena hanya 1 atau 2 portal yang digunakan apalagi pada pagi hari. Adapula beberapa pedagang yang mengeluhkan mengenai tatanan area parkir yang masih berantakan, contohnya seperti; ada yang memarkir motor ditempat parkir mobil dan begitu juga

[10] Djawahir Hejazziey, 'Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi', *Al-Qalam*, 2011, 535–58.

sebaliknya. Beberapa pedagang juga mengeluhkan tentang tempat parkir yang tidak tertata rapih. Kebiasaan para pembeli yang sering memarkir kendaraan sembarangan menjadi kesulitan bagi beberapa pedagang karena jalan yang dilalui sedikit terhalang beberapa kendaraan pembeli. Para pedagang juga seringkali mengeluh mengenai tata letak lahan dagang yang tidak tertata seperti awal mula diatur. Semisal, dilantai 1 tempat pedagang BARITO dan mie kilo, sedang dilantai 2 pedagang sayur dan baju *thrifting,* pedagang sayur yang seharusnya berdagang dilantai satu sekarang ada yang berdagang dilantai 2. Karena tata letak dagang yang tercampur itu, seringkali ada beberapa pedagang yang mengambil lahan dagang milik orang lain tanpa menginformasikan kepada pemilik tempat berdagang.

2. Pedagang baju thrifting dan sayur yang ada dilantai 2 mengeluhkan persoalan jasa angkut barang yang terlalu mahal. Hal ini menjadi masalah yang cukup diresahkan karena beberapa pedagang merasa tidak kuat untuk mengangkut barang dagangan menuju lantai 2 sehingga mengharuskan subjek untuk menyewa jasa angkut barang yang sayangnya biaya sewa terlalu tinggi dan membuat pedagang memilih untuk membongkar jualan subjek diluar pasar dengan maksud untuk diangkut sedikit demi sedikit menuju lapak tempat berjualan. Tetapi karena adanya bongkar jualan yang terjadi diluar pasar, seringkali pembeli lebih tertarik dengan hal tersebut dan lebih memilih untuk berbelanja diluar pasar, padahal barang dagang yang dibongkar dimaksudkan untuk diangkut sedikit demi sedikit. Karena hal itulah, beberapa pedagang menjadi resah karena pembeli lebih tertarik membeli barang dagang yang dibongkar diluar pasar, mereka melabeli hal itu dengan istilah bongkar jual. Maksudnya, beberapa pedagang yang tadinya bermaksud membongkar jualan dengan alasan akan diangkut sedikit demi sedikit ke lapak tempat berjualan, akhirnya menerima pembeli yang akan membeli ditempat dimana mereka membongkar jualan mereka, walaupun diluar pasar. Para pedagang yang berjualan dilantai 2 juga mengeluhkan mengenai katrol yang tidak terpakai sejak pertama kali dibuat, jika memang tidak bisa digunakan, mengapa katrol itu dibuat? Ujar mereka. Lalu apakah pengunaan katrol tersebut juga harus

membayar iuran diluar sewa lapak dan karcis retribusi harian? Jika seperti itu, maka penggunaan katrol yang dibuat PD Pasar tidak a da bedanya dengan jasa angkut yang mereka pakai.

3. Beberapa pedagang lain juga mengeluhkan mengenai air bersih yang tidak disediakan. Hal itu membuat pedagang resah disebabkan mereka harus mengeluarkan uang lagi hanya untuk membeli air bersih untuk bisa membuat dagangan (ikan) mereka terjaga kesegarannya, yang semestinya air bersih tersebut menjadi salah satu penunjang yang disediakan oleh pihak PD Pasar selaku pengelola pasar.

Masalah-masalah inilah yang menjadi keluhan utama dari para pedagang pasar bersehati yang sekiranya mampu diperhatikan lagi oleh pengelola pasar yaitu PD Pasar Kota Manado. Subjek mengatakan bahwa subjek selalu membayar iuran perhari dan juga sewa lapak, maka subjek juga harus mendapatkan pelayanan yang baik dari pengelola pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas, membuat penulis ingin meneliti lebih jauh lagi bagaimana pengalaman individu para pedagang Pasar Bersehati sehingga bisa membentuk sebuah persepsi terhadap pelayanan yang diberikan oleh PD Pasar Kota Manado. Maka penulis mengangkat penelitian tersebut dengan judul "Persepsi Pedagang Pasar terhadap pelayanan PD Pasar Manado di Tinjau dari Teori Manajemen Islam".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah – masalah yang ada kaitannya dengan penelitian ialah sebagai berikut :

1. Portal parkir keluar selalu macet.
2. Katrol yang tidak berfungsi.
3. Tidak ada air bersih
4. Adanya sistem bongkar jual
5. Pengawasan pasar kurang maksimal.
6. Peran PD Pasar Kota Manado belum optimal.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan jelas, maka dari itu perlu adanya pembatasan masalah yang jelas agar pembahasan tidak terlalu meluas dan melebar. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui lebih lanjut mengenai persepsi pedagang terhadap kebijakan pemerintah yang diterapkan di pasar bersehati melalui pengelolaan PD Pasar Manado.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan observasi awal, ditemukan masalah-masalah seperti ysng penulis paparkan di latar belakang. Dari masalah itulah, jika dilihat dari sisi konsep pelayanan dalam teori manajemen islam, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pedagang Pasar Bersehati terhadap pelayanan PD Pasar Manado?
2. Bagaimana pelayanan PD Pasar Manado di Tinjau dari Teori Manajemen Islam?
3. Bagaimana persepsi pedagang pasar terhadap pelayanan PD Pasar Manado di tinjau dari teori manajemen islam.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan fokus penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi pedagang pasar Bersehati terhadap pelayanan PD Pasar Manado
2. Untuk mengetahui pengelolaan PD Pasar Manado di Tinjau dari Teori Manajemen Islam.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur ataupun tambahan informasi, untuk teman-teman peneliti yang tertarik untuk mengembangkan aspek penelitian di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ataupun gambaran bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya :

a. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi masyarakat ataupun bagi institusi yang terkait, khususnya bagi PD Pasar Manado dalam menetapkan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu menjadi skripsi yang berkualitas serta memberikan kontribusi pemikiran untuk memperluas ilmu pengetahu an mengenai pengelolaan pasar tradisional oleh Pemerintah Daerah.

c. Bagi Insitusi

Sebagai bahan referensi dan masukan bagi para peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian lanjutan yang kemudian bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang berasal dari suatu variabel yang telah ditentukan peneliti. Logikanya, dalam satu judul penelitian skripsi yang identik antara peneliti satu dan peneliti dua pasti memiliki definisi operasional yang berbeda.[11] Untuk menghindari kesalah fahaman dalam mengartikan, penulis menjelaskan arti kata penting dari dalam judul.

1. Persepsi

Persepsi merupakan bagian dari ilmu psikologi yang mempelajari tentang proses dimana individu mengorganisasikan, menginterpretasikan, dan memberi makna pada informasi sensorik yang mereka terima dari lingkungan sekitar. Beberapa indikator persepsi seperti seleksi stimulus, organisasi informasi, interpretasi, respon atau reaksi dan juga ekspektasi menggambarkan bahwa persepsi adalah proses bagaimana seseorang dapat memahami dan menafsirkan informasi yang datang dari lingkungan sekitar.

Dalam ilmu psikologi, persepsi bermakna sebagai proses manusia dalam merespon orang lain. Hal ini membuktikan bahwa persepsi adalah proses memberikan tanggapan pada suatu persitiwa atau fenomena yang sudah lebih dulu diamati, hal ini dilakukan

[11] Gisely Vionalita, 'Kerangka Konsep Dan Definisi Operasional', *Journal*, 1 (2019), 8–12.

untuk mendapat *responses* dari pihak lainnya dengan maksud agar informasi tersebut bisa dikelola kemudian dijadikan pegangan untuk merubah sebuah fenomena apabila ada yang memang harus diperbaiki. [12]

Contohnya seperti dalam penelitian kali ini yang mengangkat judul persepsi pedagang pasar terhadap pelayanan PD Pasar di kota Manado, yang kemudian penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai pelayan PD pasar di Pasar Bersehati, dengan beberapa masalah yang diangkat contohnya seperti kurangnya perhatian pihak PD pasar pada pedagang sayur yang ada di lantai 2 pasar bersehati.

2. Pedagang

Pedagang adalah individu atau entitas, yang terlibat dalam aktivitas jual beli barang atau jasa dengan tujuan utama memperoleh keuntungan maupun uang. Peran pedagang sangat penting dalam rantai distribusi karena mereka berfungsi sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Pedagang membeli barang dalam jumlah besar dari produsen atau grosir dan kemudian menjualnya pada konsumen akhir atau pengecer dalam jumlah yang lebih kecil. Pedagang dapat beroperasi diberbagai skala, mulai dari pedagang kecil dipasar hingga perusahaan besar yang melakukan perdagangan internasional.

Pasal 2 (lama) KUHD menyatakan bahwa "Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan (*daden van koophandel*) sebagai pekerjaannya sehari-hari". Pedagang juga dinilai sebagai individu maupun entitas yang mempunyai kontribusi terhadap perekonomian dan bagaimana mereka menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnis mereka. [13]

3. Pasar

Pasar dalam artian yang luas adalah tempat bertemunya penjual maupun pembeli untuk melakukan transaksi yang nantinya akan disepakati oleh kedua belah pihak. Proses interaksi transaksi tersebut dapat menetapkan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah yang diperdagangkan. Dalam setiap daerah, pemerintah selalu mendirikan passar sebagai tempat berbelanja demi memenuhi kebutuhan masyarakat

[12] Alizamar Nasbahry Couto, 'Scanned by CamScanner', *Psikologi Persepsi Dan Desain Informasi*, 2013, 466.
[13] Hasyim, Farida. *Hukum dagang*. (Sinar Grafika, 2023). h. 2

sekitar, contohnya saja seperti pasar modern maupun pasar tradisional. Dalam Ilmu ekonomi menjelaskan bahwa pasar itu berkaitan dengan kegiatan dan bukan tempat. Sebuah tempat dapat dikatakan sebagai pasar apabila tempat tersebut terjadi transaksi jual beli. Pasar melibatkan interaksi sosial dan infrastruktur dimana terdapat usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja dengan adanya imbalan berupa uang. [14]

Kegiatan transaksi dalam pasar merupakan bagian dari sistem perekonomian. Persaingan sangat penting dalam pasar, dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas barang maupun layanan kepada konsumen.

Ada 4 jenis pasar berdasarkan strukturnya, yaitu:

a. Pasar persaingan sempurna yaitu pasar yang terdapat penjual dan pembeli namun kedua belah pihak tidak dapat mempengaruhi harga sebab harga telah ditentukan oleh pasar itu sendiri. Selain itu, para pelaku ekonomi di pasar persaingan sempurna juga sama-sama telah mengetahui kondisi dan memiliki informasi yang terkait dengan pasar, tidak ada campur tangan dari pemerintah dalam pasar persaingan sempurna. Contohnya pasar telur, dimana peternak ayam dan penjual telur menjual produk yang identik, sehingga harga telur dipasar cenderung seragam dan tidak ada satupun penjual yang dapat mengontrol harga.
b. Pasar Monopoli, yaitu pasar yang dimana hanya ada satu penjual saja, yang kemudian menguasai seluruh pelanggan. Contoh dari pasar monopoli ini adalah PLN (Perusahaan Listrik Negara), yang dimana PLN merupakan satu-satunya perusahaan yang menyediakan layanan listrik di sebagian wilayah Indonesia, sehingga pasar yang satu ini memonopoli pasar listrik.
c. Pasar Oligopoli, yaitu pasar yang dimana memiliki jumlah produsen dan konsumen yang tidak seimbang. Pada umumnya, jumlah produsen lebih sedikit dibandingkan konsumennya. Pasar Oligopoli adalah kondisi pasar dimana komoditas dikuasai oleh beberapa perusahaan hal ini membuat persaingan harga dipasar menjadi tidak seimbang. Contoh dari pasar oligopoli adalah industri semen. Dimana di negara Indonesia ini, pasar semen didominasi oleh beberapa pemain besar seperti semen indonesia, indocement, holcim dan

[14] Simões, 'Peran Pasar Modal', *Analytical Biochemistry*, 11.1 (1995), 78.

lainnya yang mana masing-masing dari perusahaan tersebut memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan harga semen dipasar. Pasar oligopoli seringkali ditandai dengan adanya kompetisi non-harga, dimana masing-masing perusahaan bersaing melalui inovasi, iklan, dan peningkatan layanan daripada hanya melalui penurunan harga.

d. Pasar Monopolistik, yaitu pasar yang didalamnya terdapat banyak produsen menghasilkan barang yang sama, tetapi masing-masing pada barang tersebut mempunya perbedaan pada beberapa aspek. Produsen yang melakukan kegiatan berjualan dipasar ini, jumlahnya sangat tidak terbatas, tetapi barang ataupun produk yang dihasilkan setiap produsen memiliki karakter sendiri yang membedakan pada barang lainnya. Contoh dari pasar monopolistik yaitu pasar pakaian. Yang mana, meskipun ada begitu banyak penjual pakaian, setiap merk yang menawarkan gaya, desain, dan kualitas yang berbeda. Misalnya, merk seperti Zara, H&M, dan Uniqlo yang menjual pakaian dengan harga yang berbeda, sehingga masing-masing dari mereka dapat mendapatkan harga yang sesuai dengan strategi masing-masing dalam berjualan. [15]

4. Pelayanan

Pelayanan adalah rangkaian kegiatan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, maupun pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan, yaitu setiap institusi penyelenggara negara korporasi, lembaga independent yang dibentuk berdasarkan undang undang untuk kegiatan pelayanan dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untub k kegiatan pelayanan publik.

Undang-undang No.25 Tahun 2009 pasal 1 tentang pelayanan publik menyatakan bahwa “Pelayanan publik pada masyarakat meliputi pendidikan, pelajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan,

[15] Maudy Dwi Cahyani and others, ‘Jenis-Jenis Pasar Ekonomi Pasar Induk Surabaya Sidotopo’, November, 2023.

jaminan sosial, perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya". [16]

Munculnya pelayanan publik, disebabkan oleh adanya budaya kepentingan budaya dalam masyarakat. Pelayanan publik sendiri bukan suatu sasaran atau kegiatan melainkan suatu proses dengan tujuan untuk mencapai sasaran tertentu yang telah ditetapkan. Peran pelayanan sendiri dalam proses tersebut sesuai dengan yang seharusnya, yaitu karena pelayanan berperan sebagai katalis atau proses mempercepat sebuah kegiatan maupun aktivitas. [17]

5. PD Pasar

PERUMDA atau perusahaan umum daerah merupakan BUMD yang dimana modal sepenuhnya berasal dari pemerintah dan tidak melibatkan investasi pihak ketiga. Pemerintah daerah menyertakan modal tanpa harapan mendapatkan dividen atau pendapatan laba, karena fokusnya adalah pada pelayanan publik. Selain PERUMDA, ada pula PERSERODA atau perusahaan perseorangan daerah yang sumber modalnya berbanding terbalik dengan PERUMDA, PERSERODA memiliki modal yang berasal dari penyertaan dana atau modal dari pemerintah tetapi bisa juga melibatkan investasi dari pihak ketiga (swasta) jika ada kesepakatan. Pemerintah daerah berfungsi sebagai pemegang saham dan bisa mendapatkan dividen atau pendapatan laba bedasarkan pendapatan yang didapat perusahaan. [18]

Berdasarkan sejarah, perusahaan umum daerah pasar kota Manado didirikan pada tahu 2002 setelah dari dinas pasar diganti menjadi perusahaan daerah dan baru-baru ini dikenal sebagai perusahaan umu =m daerah. PERUMDA Pasar di Manado atau Perusahaan umum daerah kota Manado merupakan salah satu badan usaha yang ada di kota Manado yang tugasnya adalah menangani dan mengatur operassional unit usaha perdagangan komoditi dasar kebutuhan masyarakat atau barang dagangan utama

[16] Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat (2)', *Bphn.Go.Id*, 2003.1 (2009), 3.
[17] Achmad Batinggi and Badu Ahmad, 'Pengertian Pelayanna Umum Dan Sistem Manajemen', *Modul 1*, 2014, 1–32.
[18] Gadis Raynita Ainiyyah, 'Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Yang Belum Berubah Status Menjadi Perumda Atau Perseroda', *Notary Law Journal*, 1.2 (2022), 176–203 <https://doi.org/10.32801/nolaj.v1i2.22>.

yang ada di kota Manado. Seperti penjualan preduk yang meliputi ikan segar, sayuran, buah-buahan, rempah dan bumbu termasuk juga berbagai keperluan rumah tangga. [19]

6. Manajemen Islam

Manajemen merupakan salah satu aspek yang penting dalam kehidupan manusia dan juga dalam berbagai jenis organisasi, termasuk bisnis, maupun pemerintah. Setiap aktivitas manusia dapat memperoleh manfaat dari pengelolaan, baik secara individu maupun kolektif, seperti halnya dalam sebuah bisnis. Salah satu kegunaan manajemen adalah untuk memudahkan manusia mencapai tujuannya. Manajemen mengacu pada serangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan operasi bisnis untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. [20]

Manajemen adalah suatu aktivitas yang terdiri dari *planning, organizing, actuating, and controlling* atau disingkat dengan POAC untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Dalam islam, manajemen sangat menjunjung keadilan, kejujuran, dan juga kepercayaan. Hal tersebut seperti yang dikutip dari perkataan Mohammad Hidayat yang menekankan bahwa manusia bukanlah faktor produksi. Manusia tidak bisa hanya dilihat dari berapa banyak *output* yang dihasilkan maupun sebagai aset perusahaan yang dapat diperoleh kemudian dicampakkan apabila nilai manfaatnya sudah habis. [21]

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian terdahulu yang relevan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian dan pembahasan	Persamaan	Perbedaan

[19] Abdul Muid ardiyansyah, M, 'Perusahaan Daerah Pasar Manado', 2023, 1–14.
[20] Wal-Irsyad, Darud Da'wah. "Manajemen Pendidikan Islam." (1994). h. 1-2
[21] A. Ifayani Haanurat, Safri Haliding, and Agusdiwana Suarni, 'Manajemen Islam Perusahaan: Model Dan Praktis', *Jurnal LImu Ekonomi Balance*, 7.2 (2011), 102–15.

1.	Lu'lu' Un Nisa' (2019)	Analisis Persepsi Pedagang dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Relokasi Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebuah pasar harus berada dekat dengan tempat tinggal penduduk maupun didalam kota, untuk menentukan usaha itu sendiri.	Membahas pengenai tanggapan pedagang terhadap kebijakan yang diterapkan pemerintah.	Penelitian ini membahas tentang kebijakan pemerintah terhadap relokasi pasar.
2.	Muhammad Rizky Gunawan (2023)	Persepsi Pedagang Terhadap Revitalisasi Pasar Tradisional Serta Dampaknya Pada Kinerja Usaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Revitalisasi pasar membawa dampak baik untuk para pedagang pasar karena terbukti kinerja operasional meningkat dari sebelum dilakukan Revitalisasi.	Membahas mengenai tanggapan pedagang pasar terhadap aturan dan kebijakan yang diterapkan pemerintah	Penelitian ini membahas mengenai pendapat pedagang pasar terhadap proses penghidupan ulang pasar yang dilakukan pemerintah.

3.	Sherina Y. Lamatenggo (2023)	Strategi pemasaran pedagang Pasar Bersehati pasca relokasi.	Hasil dari penelitian ini membahas tentang bagaimana cara pedagang dalam memasarkan barang dagangan mereka usai relokasi tempat.	Penelitian ini sama-sama membahas tentang pedagang bersehati.	Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran.
4.	Nurhayati Sumenda (2021)	Peran Pemerintah Terhadap Pengelolaan Pasar Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pasar Bersehati)	Hasil penelitian ini membahas tentang peran dari pemerintah untuk mengelola pasar bersehati.	Penelitian ini sama-sama membahas tentang pengelolaan pasar bersehati	Penelitian ini lebih fokus membahas tentang peran pemerintah terhadap pengelolaan pasar.
5.	Ishak (2021)	Perseps i Pedagang Terhadap Pelayanan Petugas Pasar Tradisional Bangil	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa petugas pasar menjalani tugas dalam melayani, menjaga keamanan dan tanggung jawab	Membahas mengenai tanggapan pedagang terhadap pelayanan yang diberikan	Penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan oleh petugas pasar terhadap pedagang pasar.

		(Studi Pada Unit Pasar Tradisional Bangil-Pasuruan)	sudah baik dan perlu untuk dipertahankan demi kesejahteraan pedagang pasar.	oleh petugas pasar.	

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Persepsi

Persepsi merupakan proses yang terjadi saat seseorang mengatur, mengendalikan kemudian memberikan kesan, pendapat atau pandangan teoritis terhadap sesuatu pada orang laing dengan maksud untuk memberikan arti bagi lingkungan tempat mereka berada. [22]

Islam memandang persepsi sebagai proses dimana indra bekerja untuk memberikan pandangan terhadap sesuatu. Indra yang dimaksud seperti penglihata, pendengaran. Contohnya ketika seseorang tidak sengaja melihat berita mengenai politik, maka dengan spontan sebuah persepsi atau pandangan terhadap berita tersebut

[22] Couto, p. 15; Salendiho, Rotinsulu, and Sumual.

akan dengan secara sadar dikemukakan oleh orang yang menonton. [23] Persepsi dalam pandangan islam yang dimaksud adalah pandangan seseorang dalam menafsirkan sesuatu berdasarkan ajaran maupun nilai-nilai yang diajarkan dalam islam.

Pada penelitian kali ini, persepsi difokuskan pada masyarakat Manado yang berdagang atau berjualan di pasar bersehati. Persepsi dari para pedagang tersebut ditujukan pada pihak PD pasar selaku pengelola pasar bersehati. Dengan masalah di lapangan yang sebelumnya sudah penulis jabarkan pada latar belakang masalah.

B. Pedagang

Pedagang merupakan profesi yang sudah ada sejak zaman Rasulullah, bahkan Rasulullah sendiri pernah menjadi pedagang kemudian mengajarkan cara berdagang dalam islam yang kemudian diikuti oleh para sahabat yang diteruskan sampai generasi sekarang. Perjalanan bisnis yang pertamakali dilakukan oleh Rasulullah adalah ketika paman beliau, Abu Thalib mengajak Rassulullah menuju negeri syam untuk melakukan perdagangan disana.

Pedagang merupakan seseorang yang memperjual belikan barang, maupun jasa.[24] Pada penelitian kali ini, pedagang merupakan objek yang akan diteliti penulis untuk dimintai pendapatnya mengenai tatanan, peraturan dan pelayanan pihak PD pasar. Persepsi atau pendapat yang dikumpulkan penulis melalui pedagang ini nantinya akan dimasukkan kedalam hasil penelitian dan juga pembahasan untuk membahas lebih lanjut mengenai masalah yang sebelumnya sudah penulis paparkan dalam latar belakang. Pedagang yang nantinya akan diteliti penulis nantinya dibagi menjadi 3 bagian yang beberapa dari pendapat mereka akan penulis masukkan kedalam penelitian ini, yaitu; Pedagang sayur yang ada dilantai 2, Pedagang BARITO yang ada dilantai 1, dan pedagang ikan yang tempat dagangnya dipisah dari gedung pasar bersehati.

Persepsi dari beberapa pedagang ini akan menjadi pegangan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, berharap penelitian ini dapat membantu menyuarakan

---

[23] Vivi Novinggi, 'Sensasi Dan Persepsi Pada Psikologi Komunikasi', *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 10.1 (2019), 40–51.

[24] Rein Glen Singgano, Juliana Lumintang, and Lisbeth Lesawengen, 'Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan', *Journal Ilmiah Society*, 1.1 (2021), 1–10 (p. 3).

pendapat para pedagang yang tidak bisa langsung mereka keluhkan pada pihak PD Pasar karena terkendala beberapa hal.

C. Pasar

Pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin, pasar memegang peranan penting dalam perekonomian umat Islam. Padahal, Muhammad SAW awalnya adalah seorang pengusaha. Begitu pula dengan Khulafaurrasyidin dan sebagian besar sahabatnya. Muhammad adalah seorang trader profesional yang selalu beroperasi dengan integritas. Ia mendapat julukan "al-amin" (nama panggilan terpercaya). Ketika Islam pertama kali berkembang di Mekkah, Nabi dan para sahabatnya mengutamakan perjuangan dan dakwah. Ketika umat Islam hijrah ke Madinah, peran Nabi beralih menjadi pengawas pasar atau al-muhtasib. Beliau mengawasi berfungsinya mekanisme pasar di Madinah dan sekitarnya agar dapat berjalan secara Islami. [25]

Pasar yang akan dijadikan tempat penelitian kali ini adalah pasar bersehati. Yaitu, pasar yang peraturan serta pengelolaannya ada dibawah pengawasar PD pasar kota Manado. Pasar bersehati merupakan pasar terbesar yang ada di kota Manado, dengan jumlah pedagang dan kios terbanyal. Pasar ini sangat ramai pengunjung dan karena letak pasar yang strategis, berada dipusat kota. Pasar bersehati memiliki keunggulan kompetitif alami yang tidak secara langsung terdapat di pasar modern. Selain karena lokasinya yang strategis dan tempat penjualan yang luas, pasar bersehati juga menawarkan produk yang beragam, harga yang murah, dan sistem tawar menawar yang terjalin erat antara penjual dan pembeli. Oleh karena hal tersebut, pasar bersehati memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat. [26]

D. Pelayanan

Pelayanan merujuk pada tindakan atau kegiatan yang secara langsung diberikan untuk memenuhi kebutuhan spesifik individu atau kelompok tertentu, biasanya dalam konteks profesional atau institusional. Pelayanan ini sifatnya lebih berfokus dan ditujukan untuk menangani masalah-masalah atau kebutuhan khusus

[25] Mahfudz dkk, 'Konsep Dasar Pasar Dalam Islam', *Pasar Dan Instrumen Keuangan Islam*, 2014, 1–46.
[26] T. Tahulending, Raymond Tarore, and Ingerid Moniaga, 'Redesain Kompleks Pasar Bersehati Manado. Arhitecture Waterfront', *Daseng: Jurnal Arsitektur*, 6.2, 19–27 (p. 19).

seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, hukum ataupun pelayanan dalam bidang pemerintahan.

Dalam bidang pemerintahan, pelayanan yang diberikan oleh pejabat pemerintah kepada masyarakat merupakan perwujudan fungsi pejabat negara sebagai pelayanan publik dan kualitasnya perlu terus ditingkatkan. Jika dulu masyarakat cenderung menganggap remeh pelayanan yang diberikan pejabat pemerintah, kini hal itu berubah. Ketika masyarakat berbangsa, bernegara dan masyarakat semakin terdidik dan sadar, mereka menuntut pemerintahan yang bersih dan demokratis. Masyarakat semakin sadar bahwa akses terhadap pelayanan publik yang baik merupakan hak masyarakat. Disisi lain, fungsi pejabat pemerintah adalah memberikan pelayanan dan perlindungan yang berkualitas. Masyarakat adalah kewajiban seluruh pejabat pemerintah. Oleh karena itu, aparat pemerintah tidak punya pilihan selain meningkatkan kualitas pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan masyarakat. [27]

E. Teori Manajemen Islam

Secara tradisional, para ahli telah mendefinisikan manajemen sebagai "proses untuk merancang dan memelihara li ngkungan dimana individu bekerja sama sebagai sebuah kelompok untuk mencapai tujuan yang dipilih secara efektif'. Definisi ini menyajikan beberapa masalah jika dibandingkan dengan pandangan islam tentang manajemen. Pertama, definisi ini mengabaikan otoritas atau hak kekuasaan dari Allah Ta'ala dan peran Rasulullah Shalallahu 'alaihi wasalam. Kedua, para pendukungnya membatasi pahala kerja hanya di dunia ini. Hal ini menunjukkan bahwa ini merupakan pandangan jangka pendek tentang fenomena tersebut. Lebih jauh, teori tersebut tidak mempertimbangkan aspek etika manajeemen. Dan yang terakhir, teori manajemen ini didasarkan padda perilaku yang ditunjukkan manusia dilingkungan kerja. Teori tersebut juga mengabaikan kesejahteraan masyarakat tempat orang bekerja dan tinggal.

Oleh karena itu, dibutuhkan definisi manajemen yang lebih komprehensif untuk mengatasi kelemahan definisi tradisional. Maka dari itu, manajemen islami ada sebagai penemuan dan penerapan kerangka kerja yang berpusat pada manusia yang

[27] Raharjo, M. M. I. (2022). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bumi Aksara. p.5

memungkinkan individu dan tim bekerja sama untuk mencapai tujuan pribadi dan organisasi demi kepentingan masyarakat. Tujuannya agar individu dan organisasi menaati Allah Ta'aladan Rasul-Nya, mencari nafkah dan mempersiapkan akhirat sesuai dengan pedoman syariah.

Teori manajemen islam menurut Prof. Javed Ikbal Saani ini seringkali mengacu pada prinsip-prinsip manajemen yang bersumber dari Al-qur'an dan sunnah serta ajaran-ajaran islam lainnya. Menurutnya, manajemen dalam islam tidak hanya tentang efisiensi dan evektifitas dalam mencapai tujuan, tetapi juga tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip moral dan etika yang ditetapkan oleh islam. [28]

Teori manajemen islam adalah kerangka konseptual yang menggabungkan prinsip-prinsip menajemen modern dengan nilai-nilai, ajaran, dan prinsip-prinsip islam. Tujuannya adalah untuk membangun pendekatan manajemen yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, seperti keadilan, tanggungjawab sosial, etika bisnis, dan kepemimpinan yang adil. Islam telah mengenal dan mengajarkan bimbingan sejak diutusnya Nabi pertama Adam AS. Ajaran islam terdapat dalam dua sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Al-Qur'an merupakan sumber hukum yang paling otentik dan otoritatif, memuat kaidah-kaidah umum-normatif-imperatif. Segala produk hukum yang dihasilkan oleh ulama harus bersumber dan tidak boleh menyimpang dari Al-Qur'an dan prinsip-prinsip dasar. [29]

Dikutip dari Karebet dan Yusanto melalui jurnal yang ditulis oleh Brent Iverson and Peter Dervan, bahwa dari sudut pandang syariat, manajemen dapat dilihat dari dua sisi, yaitu manajemen sebagai suatu ilmu dan manajemen sebagai suatu kegiatan. Sebagai suatu ilmu, manajemen dipandang sebagai ilmu umum yang muncul dari fakta empiris, tidak dikaitkan dengan nilai atau peradaban apapun (hadharah). Manajemen sebagai suatu kegiatan, dipandang sebagai suatu organisasi amal yang bertanggung jawab kepada Allah SWT, sehingga harus mengikuti ketentuan syara, nilai-nilai islam, dan hadhara. Aturan islam (Syariah) didasarkan pada keyakinan islam. Karena aqidah islam merupakan landasan ilmu islam atau *tsaqofa*. Manajemen syariah islam adalah manajemen untuk mencapai hasil yang optimal yang mengarah pada mencari

[28] Saani, pp. 29–30.
[29] Akuntabilitas Dan and others, 'Volume 2, No 2, Agustus 2021', 2.2 (2021), 45–58 (p. 18).

keridhaan Tuhan. Oleh karenanya, seluruh tahapan kepemimpinan harus berlandaskan aturan-aturan Tuhan. Aturan tersebut terdapat dalam Al-Qur'an, Hadis, dan beberapa contoh yang diberikan oleh para ulama sahabat.[30]

a. Prinsip-prinsip manajemen islam dalam konteks pelayanan

Islam merupakan agama yang menganut sistem kepercayaan, semangat persaudaraan, tanggung jawab, orientasi yang baik, keadilan, kejujuran, keimanan, ketaqwaan/ibadah, keikhlasan, kesucian, keutamaan tugas, tolong menolong, akhlak mulia, prinsip toleransi, refleksi dan perdamaian.[31] Dalam konteks pelayanan, prinsip-prinsip manajemen islam menekankan pentingnya pelayanan yang bermakna, adil, dan berdasarkan nilai-nilai moral islam. Kualitas pelayanan syariah merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan segala ciri suatu produk dikatakan sesuai dengan nilai-nilai islam. Kualitas pelayanan dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen untuk mencapai kepuasan maksimal. [32]

Islam mengajarkan bahwa jika ingin menghasilkan hasil usaha baik berupa barang atau jasa, hendaknya memberikan kualitas baik, bukan memb erikan kualitas buruk atau jelek kepada orang lain. Konsep pelayanan dalam Islam terwujud dalam suatu hubungan antara manusia jika mengajarkan beberapa prinsip pokok, antara lain:

1) Prinsip kesetaraan (*musawamah*), yaitu prinsip yang diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. Prinsip kesetaraan ini harus dipatuhi karena merupakan dasar pengaturan hubungan antarmanusia. Pada dasarnya setiap manusia sama dihadapan Allah, perbedaan antar manusia hanya pada sejauh mana setiap orang mengabdikan dirinya kepasda Allah.

---

[30] Brent L Iverson and Peter B Dervan, *Islam Dan Manajemen*, 2019, p. 70.

[31] Muhammad Rachmadi and Muslim Muslim, 'Manajemen Pelayanan Publik Dalam Perspektif Islam (Studi Di Rumah Sakit Ibnu Sina Kota Pekanbaru)', *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14.2 (2016), 151 (p. 157) <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.304>.

[32] Riski Pratama Putra dan Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah surabaya", Jestt 1, no. 9 (2014), 624

2) Prinsip persaudaraan (*ukhuwah*), yaitu semua umat Islam adalah saudara, prinsip ini secara otomatis melampaui perbedaan kebangsaan, ras, asal usul etnis dan status sosial.

3) Prinsip cinta (*mahabbah*), Allah menciptakan manusia sebagai makhluk paling sempurna dibandingkan makhluk lainnya. Itulah sebabnya wajar bagi manusia untuk saling mencintai dan menghormati.

4) Prinsip perdamaian (*silm*), yaitu prinsip damai harus selalu menjadi kebijakan bagi setiap umat untuk menciptakan masyarakat yang damai, aman dan sejahtera. Dalam hal ini pelayanan yang baik akan memberikan kesenangan dan membuahkan kedamaian, baik kepada pelanggan yang kita layani maupun kepada orang memberikan pelayanan.

5) Prinsip tolong-menolong (*ta'awun*) Seorang manusia tidak akan bisa berbuat banyak tanpa ada persatuan dengan manusia yang lain, she ingga benar dalam ilmu sosial yang mengatakan manusia adalah makhluk sosial atau makhluk yang selalu membutuhkan bantuan orang lain.

6) Prinsip Toleransi (*Tasamuh*), yaitu seorang muslim harus menerima pendapat orang lain selama ia menyampaikan kebenaran.[33]

b. Konsep Pasar dalam Manajemen Islam

Pasar mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrayid. Padahal, Rasulullah Saw awalnya adalah seorang saudagar. Begitupula dengan Khulafaurrasyid dan sebagian besar sahabatnya. Rasulullah SAW aadalah seorang pengusaha profesional dan selalu menjunjung tinggi kejujuran. Ia dijuluki *Al-amin* (dapat dipercaya). Pada awal perkembangan islam di Mekkah, Nabi dan para sahabatnya mengutamakan peperangan dan dakwah. Ketika umat Islam pindah ke Madinah, peran Nabi beralih ke pengawas pasar, atau *Al-muhtasib.* Beliau mengawasi berfungsinya mekanisme pasar didalam dan sekitar Maddinah agar dapat berjalan sesuai dengan cara Islam. Konsep pasar dalam manajemen Islam mencakup pendekatan ya ng mencari keseimbangan antara keuntungan materi

[33] Luis Felipe Viera Valencia and Dubian Garcia Giraldo, 'No Title No Title No Title', *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2 (2019), 29–52.

dan tujuan spiritual, serta mempromosukan prinsip-prinsip etika, keadilan, dan tanggungjawab sosial.[34]

F. Persepsi Pedagang Pasar Terhadap Pelayanan

Pada dasarnya kegiatan jasa pemasaran merupakan kegiatan yang menyangkut permasalahan hukum. Jadi dapat dikatakan bahwa hak ini berlaku bagi setiap orang yang membbutuhkan jasa tersebut, baik anggota maupun (pengurus) yang wajib melayani maupun pihak luar yang bukan merupakan organisasi, yaitu pedagang yang berhak menerima barang. Pengusaha menerima hak-hak tersebut melalui pelayanan yang wajar dari pemerintah. Persepsi pedagang pasar terhadap pelayanan dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan yang mereka terima, harapan mereka, dan pengalaman sebelumnya.[35]

Persepsi manusia terdiri dari faktor fungsional dan struktural. Faktor fungsional muncul dari kebutuhan, pengalaman masalalu, dan hal-hal lain, termasuk faktor pribadi. Persepsi ditentukan bukan oleh jenis atau bentuk rangsangan, tetapi oleh karakteristik orang yang memberikan tanggapan terhadap rangsangan tersebut. Faktor struktural disebabkan oleh rangsangan fisik dan efek sarafnya terhadap sistem saraf individu. Tero Gestalt mengatakan bahwa ketika seseorang mempersepsikan sesuatu, ia melihatnya secara keseluruhan. Artinya jika ingin memahami suatu peristiwa, tidak bisa memisahkan satu fakta dengan fakta lainnya, tetapi ada keterkaitan diantara keduanya. Persepsi pedagang terhadap pelayanan dapat berdampak pada keputusan mereka untuk tetap setia pada penyedia pelayanan atau beralih ke penyedia lain yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Oleh karena itu, penyedia pelayanan harus memperhatikan persepsi pedagang dan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka secara konsisten.[36]

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pedagang pasar

1) Faktor internal

---

[34] Mahfudz dkk.

[35] Ishak Ishak, 'Persepsi Pedagang Terhadap Pelayanan Petugas Pasar Tradisional Bangil', *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9.1 (2021), 31–40 (p. 38).

[36] Eva Yunei Linda, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Pelayanan Fasilitas Pasar Kota Batu', *Fakultas Teknik Unbra*, 2008, 181–93 (pp. 25–26).

Persepsi dipengaruhi oleh faktor internal yaitu faktor intra individu yang antara lain:

a) Pengalaman pribadi

Pengalaman masa lalu, baik yang positif maupun negatif, dapat memengaruhi bagaimana pedagang mempersepsikan situasi saat ini. Pengalaman mereka dengan produk, layanan, atau merek tertentu akan membentuk pola pemikiran mereka dan memengaruhi persepsi mereka terhadap hal tersebut.

b) Sikap dan Nilai

Sikap dan nilai-nilai pedagang akan mempengaruhi cara mereka menafsirkan dan merespons lingkungan sekitar mereka. Pedagang dengan sikap positif cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap situasi atau produk tertentu, sedangkan pedagang dengan sikap negatif cenderung memiliki persepsi yang lebih negatif.

c) Kepercayaan dan Keyakinan

Kepercayaan dan keyakinan individu juga memainkan peran dalam membentuk persepsi. Pedagang yang percaya pada suatu merek atau perusahaan mungkin memiliki persepsi yang lebih positif terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan.

d) Tujuan dan Harapan

Tujuan dan harapan pedagang dalam berbisnis juga dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap berbagai aspek bisnis. Misalnya, pedagang yang memiliki tujuan jangka panjang yang jelas mungkin lebih optimis dalam menilai situasi daripada pedagang yang tidak memiliki tujuan yang jelas.

e) Emosi dan Mood

Emosi dan mood pedagang pada saat tertentu dapat mempengaruhi cara mereka mempersepsikan situasi atau interaksi dengan merek atau perusahaan. Misalnya, pedagang yang sedang dalam suasana hati yang baik mungkin lebih menerima informasi dengan positif daripada pedagang yang sedang merasa stres atau marah.

f) Pengetahuan dan Keterampilan

Tingkat pengetahuan dan keterampilan pedagang dalam industri atau pasar tertentu juga dapat mempengaruhi cara mereka memahami dan menafsirkan informasi. Pedagang yang lebih berpengetahuan mungkin memiliki persepsi yang lebih baik tentang produk atau layanan yang mereka beli atau jual.

g) Persepsi Diri

Cara pedagang melihat diri mereka sendiri sebagai profesional atau pelaku bisnis juga dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap berbagai aspek bisnis. Persepsi diri yang positif dapat meningkatkan rasa percaya diri dan optimisme mereka dalam menilai situasi atau peluang bisnis.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah karakteristik lingkungan dan objek terkait. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi pedagang melibatkan aspek-aspek yang berasal dari lingkungan atau situasi eksternal mereka. Faktor-faktor eksternal ini bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu, dan memengaruhi bagaimana pedagang mempersepsikan kondisi pasar dan peluang bisnis. Oleh karena itu, penting bagi merek atau perusahaan untuk memantau dan merespons perubahan dalam faktor-faktor eksternal ini untuk memahami dan mendukung pedagang dengan lebih baik.[37]

a) Dampak persepsi pedagang pasar terhadap kualitas pelayanan

Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah dapat memmiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kegiatan bisnis mereka serta hubungan mereka dengan pemerintah. Pengaruh ini menunjukkan pentingnya bagi pemerintah untuk memperhatikan dan memperbaiki pelayanan yang mereka berikan kepada pedagang. Dengan meningkatkan persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah, pemerintah dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelaku bisnis dan menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan. [38]

---

[37] Jonathan D. Linton and others, 'Persepsi Dan Sikap Pedagang Muslim Di Pasar Panorama Terhadap Keberadaan Bank Syariah', *Sustainability (Switzerland)*, 14.2 (2020), 1–4 (pp. 27–28).

[38] Tengku Putri Lindung Bulan, Riny Chandra, and Suri Amilia, 'Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Dan Minat Beli Di Kota Langsa (Ritel Tradisional vs Modern)', *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9.2 (2018), 138–49 <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i2.762>.

Beberapa dampak persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan dan Kepuasan

   Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah akan memengaruhi tingkat kepercayaan dan kepuasan mereka terhadap pemerintah. Jika pedagang merasa bahwa pemerintah memberikan pelayanan yang baik dan efektif, mereka mungkin lebih cenderung untuk mempercayai pemerintah dan merasa puas dengan layanan yang mereka terima.

2. Kepatuhan Terhadap Regulasi

   Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah dapat memengaruhi tingkat kepatuhan mereka terhadap regulasi dan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah. Jika pedagang percaya bahwa pemerintah adalah mitra yang dapat dipercaya dan memberikan pelayanan yang adil, mereka mungkin lebih cenderung untuk mematuhi regulasi dengan baik.

3. Partisipasi dalam Program Pemerintah

   Pedagang yang memiliki persepsi positif terhadap pelayanan pemerintah mungkin lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam program atau inisiatif yang diberikan oleh pemerintah, seperti program pelatihan atau pembangunan infrastruktur.

4. Komitmen Investasi dan Pengembangan Usaha

   Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah juga dapat memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan investasi atau pengembangan usaha di wilayah yang terkait dengan pelayanan pemerintah. Pedagang yang percaya pada pemerintah mungkin lebih cenderung untuk berinvestasi dan mengembangkan usaha mereka di wilayah tersebut.

5. Hubungan Bisnis dengan Pemerintah

   Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah juga dapat memengaruhi hubungan bisnis mereka dengan pemerintah. Pedagang yang

memiliki persepsi positif terhadap pelayanan pemerintah mungkin lebih cenderung untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah, yang dapat membantu mereka dalam mendapatkan dukungan atau bantuan yang diperlukan.

6. Reputasi dan Citra

Persepsi pedagang terhadap pelayanan pemerintah juga dapat memengaruhi reputasi dan citra pemerintah di mata masyarakat luas. Jika pedagang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka mungkin memberikan ulasan positif atau merekomendasikan pemerintah kepada orang lain, yang dapat membantu memperkuat reputasi pemerintah.

G. *Al-Hisbah* dalam Pengawasan Pasar

Al-Hisbah adalah lembaga resmi negara yang diberi wewenang untuk menyelesaikan permasalahan atau pelanggaran ringan yang tidak memerlukan peradilan untuk menyelesaikannya. *Al-Hisbah* merupakan konsep dalam islam yang merujuk pada pengawasan dan penegakan moral serta kepatuhan terhadap hukum syariah dalam masyarkat. Fungsi utamanya adalah untuk memastikan bahwa masyarakat menjalankan aturan agama mereka dan menghindari perilaku yang melanggar norma-norma islam. Ini mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari perdagangan yang adil hingga menjaga moralitas publik. [39]

Dalam sejarah islam, *Al-Hisbah* sering dijalankan oleh seorang pejabat yang disebut muhtasib. Beberapa tugas muhtasib adalah melakukan pengawasan pasar, yaitu mengawasi perilaku masyarakat untuk tidak melakukan penipuan, memanipulasi harga, atau menjual produk yang tidak memenuhi standar kualitas, juga memastikan bahwa pelayanan publik, seperti kebersihan dan keamanan, dipelihara dengan baik. [40]

Al-Hisbah dimaksudkan untuk mengatur pasar agar bisa berjalan dengan baik. Contohnya seperti mengawasi harga produk yang sedang diterapkan dalam pasar, apakah terjadi lonjakan harga, apakah lonjakan harga terjadi karena kelangkaan barang atau karena

[39] Aan Jaelani, *Institusi Pasar Dan Hisbah: Teori Pasar Dalam Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, 2013, p. 33 <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3705.0480>.
[40] Herianto, 'Al Hisbah Sebagai Lembaga Pengawas Pasar Dalam Islam', *Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum Dan Syariah*, Vol. 6 (2017), 26.

faktor lain yang tidak wajar. Pengawasan pasar ini sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW, dimana Rasulullah meminta beberapa orang menjadi pengawas atau *muhtasib* untuk mengontrol situasi pasar, apakah berjalan normal atau ada hal lain yang menjadi kendala dalam pasar tersebut. Jika terjadi kendala, maka akan diadakan pertemuan dengan muhtasib juga pedagang untuk mencari solusi bersama mengenai faktor-faktor penghalang yang tengah terjadi dalam pasar tersebut. [41]

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah studi kasus dengan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif seringkali menekankan pada sudut pandang objek, proses, dan makna penelitian, dengan menggunakan teori-teori fundamental sebagai payung dan/atau pendukung untuk menyelaraskan fakta-fakta dilapangan. Maksudnya yaitu metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.[42] *Creswell* (1998) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan suatu metodologi yang mengkaji suatu fenomena sosial dan suatu permasalahan manusia.

Dalam pendekatan ini, peneliti membuat gambaran yang kompleks, memeriksa kata-kata, memberikan laporan rinci tentang pendapat responden, dan melakukan penelitian dalam suasana alami. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis induktif.

---

[41] Djawahir Hejazziey, pp. 542–44.
[42] J Moleong L, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*, *Rake Sarasin*, 2022, p. 2.

Penelitian kualitatif melibatkan data non-angka, seperti kata-kata, gambar, atau objek, untuk memahami fenomena dalam konteksnya. Ini melibatkan teknik seperti wawancara, observasi partisipatif, atau analisis dokume. Data ini kemudian dianalisis secara mendalam untuk mengungkap pola, tema, dan makna yang mendasarinya. Tujuan utamanya adalah pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman, sikap, dan perspektif individu atau kelompok. Metodologi kualitatif sering digunakan dalam penelitian sosial, psikologi, antropologi dan bidang-bidang lain yang memerlukan pemahaman kontekstual yang mendalam. [43]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Pasar Bersehati dan Kantor PD Pasar Koa Manado.

b. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan selama 2 (dua) bulan, mulai Agustus-Septemberl 2024.

C. Sumber Data

Sumber data adalah asal darimana informasi atau data diperoleh. Ini bisa berupa berbagai hal, mulai dari dokumen tertulis seperti buku dan jurnal, hingga wawancara langsung dengan individu atau observasi lapangan. Sumber data juga bisa berupa data sekunder, seperti data yang sudah ada yang dikumpulkan oleh organisasi atau lembaga lain. Sumber data meliputi dua jenis :

a. Sumber data primer, yaitu jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, serta dari individu dan kelompok. Ini bisa berupa data yang diperoleh melalui wawancara, survei, observasi lapangan, atau eksperimen yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Informan pada penelitian ini adalah pedagang pasar bersehati.
b. Sumber data sekunder, yaitu sumber informasi penelitian yang diperoleh peneliti secara media (diperoleh atau disimpan oleh pihak lain). Data sekunder merupakan bukti, catatan atau laporan sejarah yang dikumpulkan dalam arsip atau catatan. Data

[43] Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, *Yogyakarta Press*, 2020, p. 19.

sekunder ini bisa berupa data yang diterbitkan dalam bentuk buku, artikel jurnal, laporan penelitian, data survei, atau catatan arsip. Peneliti menggunakan sumber data sekunder untuk menganilisis ulang atau menggabungkan dengan data primer mereka atau untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang topik penelitiannya harus mengumpulkan data sendiri.[44]

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dalam sebuah penelitian. Ini mencakup berbagai strategi dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, seperti wawancara, survei, observasi, atau analisis dokumen. Pemilihan teknik pengumpulan data yang tepat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan, akurat, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian kualitatif biasanya menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk mengumpulkan data. Selain itu, jangan lupakan kemungkinan penggunaan sumber data non-manusia seperti dokumen dan catatan yang tersedia. Pelaksanaan pendataan juga mencakup berbagai kegiatan pendukung lainnya, seperti penyusunan laporan, pemilihan informan, pencatatan data/informasi yang dihasilkan selama pendataan. Oleh karena itu, pada bagian ini kita akan membahasnya secara berurutan; Menyusun laporan, memilih informan, mengumpulkan informasi melalui observasi, dokumentasi, wawancara, mengumpulkan informasi dari sumber non manusia dan mencatat informasi/informasi yang diperoleh dari pengumpulan informasi.[45] Selanjutnya, instrumen yang di pakai dalam pengumpulan data untuk penelitian ini, yaitu:

a. Observasi

Instrumen observasi adalah alat atau pedoman yang digunakan oleh peneliti untuk mencatat informasi yang diamati selama proses observasi. Ini bisa berupa daftar periksa, skala penilaian, atau formulir catatan, lapangan yang dirancang

---

[44] Argita Endraswara, 'Metode Penelitian', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 1689–99 (pp. 34–35).

[45] The Lancet Medical Journal (2012), 'Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif', *Budidaya Ayam Rass Petelur (Gallus Sp.)*, 21.58 (1990), 99–104 (p. 104).

untuk mencatat data yang relevan dengan tujuan penelitian. Instrumen observasi membantu peneliti dalam mengatur pengamatan mereka, memastikan konsistensi dalam pengumpulan data, dan memungkinkan analisis yang lebih sistematis nantinya.[46]

Penelitian ini menggunakan observasi secara terlibat dengan mengamati bagaimana pedagang pasar bersehati berjualan sehari-hari. observasi secara langsung dilakukan ketika peneliti melakukan wawancara terhadap informan yaitu pada bulan agustus 2024. Kemudian peneliti juga melakukan observasi secara tidka langsung yaitu dengan mengamati musyawarah antara beberapa pedagang pasar yang menjadi perwakilan dari keseluruhan pedagang pasar dengan pengelola pasar yaitu Pd Pasar pada saat magang di semester 7, tepatnya pada bulan september tahun 2023, agar dapat membuat daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara dan menyusun desain penelitian dengan tepat.

b. Wawancara

Instrumen observasi wawancara merupakan alat atau pedoman yang digunakan peneliti untuk mencatat data wawancara. Alat ini dapat berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, catatan lapangan dimana jawaban responden dicatat secara langsung, atau panduan untuk memastikan bahwa semua topik yang relevan tercakup selama wawancara. Alat observasi wawancara membantu peneliti dalam memandu dan mendokumentasikan interaksi dengan responden untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan sesuai tujuan penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, wawancara adalah diskusi terstruktur yang dipandu oleh serangkaian pertanyaan informal. Wawancara penelitian tidak hanya bersifat informal tetapi berpindah dari formal ke informal. Meskipun semua diskusi mengandung beberapa aturan pertukaran atau aturan yang mengatur satu atau lebih peserta, hal ini sangat dipertanyakan.[47]

---

[46] D E Conduta Na and Crise Hipertensiva, 'Instrumen Pengumpulan Data', 1–20.

[47] Imami Nur Rachmawati, 'Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara', *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11.1 (2007), 35–40.

Dipilihnya teknik wawancara pada penelitian ini adalah karena peneliti dapat mengetahui informasi yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang tengah. Proses wawancara ini dilakukan secara langsung dengan bertemu informan. Dari proses wawancara ini diharapkan peneliti memperoleh informasi mendalam dan juga menyeluruh agar dapat mempermudah menganalisis permasalahan mengenai pelayanan pihak pengelola pasar terhadap pedagang pasar Bersehati.

Adapun informan yang akan di wawancarai adalah pedagang pasar bersehati karena yang menjadi objek penelitian penulis kali ini merupakan pedagang pasar yang ada di pasar bersehati. Penulis menentukan ada 3 informan kunci yang akan diwawancarai, yang masing-masing akan diambil dari pedagang ikan, pedagang sayur, dan juga pedagang BARITO sebagai perwakilan dari keseluruhan padang di masing-masing lapak jualan yang ada di pasar bersehati.

Kriteria informan adalah pedagang pasar Bersehati yang terdiri dari sektor dagang Sayur, Ikan dan juga BARITO, yang aktif berjualan di pasar Bersehati. Dipilih 3 sektor informan kunci tersebut karena dari hasil pengamatan, 3 sektor dagang inilah yang mengalami masalah cukup krusial di pasar Bersehati yang seharusnya lebih diperhatikan lagi oleh pihak pengelola pasar. Berikut merupakan detail mengenai informan yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.1 Profil Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Sektor Dagangan
1	Minah Ali	44	Sayur
2	Yanos Umar	48	Sayur
3	Khadija Alim	45	BARITO
4	Luyan	43	Ikan
5	Raida	31	BARITO
6	Sulianti	48	Ikan
7	Irving K. Biki		DIRUT PD pasar

c. Dokumentasi

Instrumen dokumentasi adalah alat atau teknik yang digunakan oleh peneliti utuk mengumpulkan data dari dokumen tertulis atau rekaman lainnya. Instrumen ini dirancang untuk membantu peneliti dalam mengumpulkam, mengorganisisr dan menganalisis informasi yang ditemukan dalam dokumen seperti buku, artikel jurnal, laporan, surat kabar, rekaman, audio atau video. Alat dokumenter dikembangkan untuk penelitian analisis, yang juga digunakan dalam penelitian untuk mencari bukti sejarah, dasar hukum dan peraturan yang berlaku sebelumnya. Dokumen penelitian kualitatif digunakan untuk melengkapi data wawancara dan observasi. Dokumen penelitian kualitatif dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental dari objek kajian. [48]

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pelayanan pihak pengelola Pasar dalam melayani Pedagang Pasar dengan menyertakan potret infrastruktur yang disediakan oleh pihak pengelola pasar.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya untuk mengidentifikasi suatu masalah atau bidang fokus penelitian sehingga hasil dan bentuk objek yang diteliti dapat terlihat jelas dan mudah ditangani atau dimanipulasi.[49] Analisis data adalah proses mencari dan mengorganisasikan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil tes, data observasi, dan sumber lain agar mudah dipahami dan dibagikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis kualitatif dengan menggunakan informasi dan data, yang kemudian akan dibandingkan dengan data lain untuk memperoleh wawasan terhadap suatu kasus tertentu atau kasus serupa, sehingga memungkinkan terciptanya studi kasus baru atau serupa. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini disebut analisis deskriptif, yaitu analisis data yang diperoleh melalui data teks-ke-teks atau grafik yang tidak ditransformasikan ke dalam bentuk statistik atau sudut. Selain itu,

[48] Na and Hipertensiva, p. 11.
[49] Hengki Wijaya Helaludin, 'Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik', 2019, p. 33 (p. 98).

penelitian ini memberikan gambaran seluruh hipotesis yang dikembangkan oleh partisipan penelitian, yaitu Pedagang Pasar Bersehati, dalam bentuk naratif.[50]

1. Tahapan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menganalisis secara sistematis hasil observasi, survei, dan penelitian lainnya guna meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti dan memberikannya sebagai informasi yang relevan bagi orang lain. Analisis data kualitatif merupakan analisis induktif, artinya analisis berdasarkan data yang diperoleh kemudian dikembangkan lebih lanjut menjadi suatu hipotesis. Analisis data untuk penelitian kualitatif dilakukan sebelum penelitian dimulai, selama penelitian berlangsung, dan setelah penelitian selesai. Namun, dalam penelitian kualitatif, analisis data harus lebih terfokus pada seluruh tahap pengumpulan data.[51] Kegiatan dalam melakukan analisis data terbagi atas 3 bagian yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Ketiga kegiatan analisis data akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses berpikir sensitif yang harus memiliki kecerdasan, keleluasaan dan wawasan tinggi. Bagi peneliti yang relatif baru, pada saat redaksi data, mereka dapat berdiskusi dengan subjek atau orang lain yang sangat dekat untuk memahami temuan penelitian secara utuh. Selama diskusi ini, pekerjaan para peneliti akan mengalami kemajuan, memungkinkan mereka untuk menyediakan kumpulan data dengan pertumbuhan teoritis dan nilai temuan yang signifikan.

b. Penyajian Data

Metode analisis data yang paling umum dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks dengan kualitas naratif. Dengan pengumpulan data, akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan di masa depan berdasarkan apa yang telah dipahami selama ini. Selain teks biasa,

[50] MA Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2019, LIII, p. 39.
[51] Sueb Sugiyono, 'Metode Penelitian', *Jurnal IAIN Kudus*, 2016, 1–23 (p. 57).

tampilan data juga dapat mencakup grafik, bagan, jaringan (jaringan tempat kerja), dan grafik.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi Langkah keempat dalam analisis data untuk penelitian kualitatif adalah mempertimbangkan verifikasi dan penjaminan. Awal yang dikemukakan akan mengalami perubahan jika kuat bukti tersedia yang mendukung pada tahap pengumpulan data tersebut. Kesimpulan awal masih bersifat sementara. Namun jika data yang dikumpulkan pada tahap awal didukung oleh sumber yang terpercaya dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data lebih banyak, maka data yang dikumpulkan dianggap kredibel.[52]

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat atau teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitiannya sendiri. Bisa berupa kuesioner, wawancara, observasi, atau teknik lain yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian.[53]

Ada 4 (empat) instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian kualitatif ini, yaitu; peneliti, panduan interview, alat rekam, dan dokumen atau literatur. Keempat instrumen penelitian akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Peneliti

Instrumen yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti. Peneliti akan memberikan analisis subjektif terhadap fokus penelitian. Dengan kata lain, berdasarkan seluruh data yang dikumpulkan peneliti, mereka akan dapat menentukan sudut pandang subjek. Oleh karena itu, setiap kali penelitian kualitatif peneliti dilakukan, maka harus divalidasi. Oleh karena itu, menurut Sugiyono, peneliti kualitatif berfungsi sebagai instrumen manusia untuk memfokuskan penelitian, mengumpulkan informasi sebagai rangkuman data, melakukan

[52] Aziz Abdul, 'Teknik Analisis Data Analisis Data', *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 2020, 1–15.
[53] S.Mulyadi, '" Metode Penelitian Kualitatif" , (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 52. Ibid. , Hlm. 59. 58', 2019, 58–65.

pengumpulan data, mengevaluasi, menganalisis, dan menciptakan rasa urgensi terhadap data tersebut.

b. Panduan Interview

Dalam penelitian apabila wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data, maka peneliti harus menggunakan panduan wawancara atau wawancara panduan untuk memudahkan proses wawancara. Kuesioner ini tidak dimaksudkan untuk digunakan dengan responden karena responden yang telah mempersiapkan diri dengan baik akan menjawab pertanyaan sesuai dengan pertanyaan peneliti. Pedoman ini digunakan oleh peneliti sendiri agar tetap pada jalurnya ketika melakukan observasi pada saat wawancara. Lembar kerja ini memuat pertanyaan-pertanyaan tentang apa saja yang perlu dipersiapkan untuk membuat wawancara, serta arah wawancara.

c. Alat rekam

Alat rekam berfungsi untuk merekam kejadian-kejadian tak terduga, juga sama seperti alat tulis. Rekam alat juga bisa digunakan untuk merekam kejadian yang ditambahkan sebagai wawancara atau eksperimen.

d. Studi literatur

Saat melakukan penyelidikan ilmiah, ada metode pengumpulan data yang disebut studi literatur. Sebagai bahan pembanding atau mendalami apa yang sedang diteliti, yakni dengan mempelajari dokumen-dokumen atau literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian.[54]

[54] Sri Surgiarsi, 'Instrumen Penelitian Kualitatif', 1999.December (2006), 1–6 (pp. 1–6).