

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan suatu mekanisme pertukaran barang dan jasa yang bersifat alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk mempertukarkan barang-barangnya. Pasar menurut al-Ghazali sebagaimana dikutip Euis Amalia merupakan tempat bertemunya dua pihak yang memiliki kepentingan yang sama untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan.¹

Ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menggambarkan sekelompok pembeli dan penjual yang bertransaksi atas produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar buah, pasar perumahan, dan sebagainya. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin tersedia dan mampu melakukan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Dahulu pasar mengacu pada lokasi geografis, namun kini pasar tidak lagi memiliki batas geografis karena komunikasi modern memungkinkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi tanpa harus bertemu satu sama lain. Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, menentukan jumlah suatu produksi,

¹ Euis Amalia, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Jakarta: Gramata Publishing, 2010) hlm.167

mendistribusikan produk, membatasi harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.²

Dengan demikian, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli, merupakan fasilitas umum yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Jika pusat ekonomi ini tidak ditata dengan baik, konsumen (pembeli) akan merasa tidak nyaman sehingga malas untuk mengunjungi pasar.

Setiap anggota masyarakat selalu mendambakan kedamaian dan keseimbangan dalam kehidupannya. Semua keinginan manusia dalam hidup, termasuk keinginan untuk hidup damai, dapat terwujud jika ada instrumen yang mampu mewujudkan keinginan tersebut. Salah satu instrumen yang dipandang mampu menciptakan perdamaian adalah transaksi jual beli yang dilakukan atas dasar kejujuran dan kewajaran,³ serta menghindari penipuan dan penipuan, seperti pengurangan ukuran, takaran dan timbangan. Kedamaian dalam masyarakat tidak dapat terwujud jika banyak terjadi pelanggaran hukum di lingkungan masyarakat, baik hukum agama maupun hukum yang berlaku. Bentuk pelanggaran hukum yang terjadi di tengah masyarakat antara lain penipuan dalam transaksi perdagangan di pasar tradisional.

² Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, ter.Sahat Simamora (Jakarta: Rineka Cipta,1992)hlm.7-8

³Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, terj.Dewi Nurjulianti dkk, (Jakarta, Yayasan Swarna Bhummy), cet 3, 1997, hlm 19

Dalam Islam pasar merupakan wahana yang ideal untuk transaksi ekonomi, karena secara teoritis dan praktis Islam menciptakan kondisi pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syari'at, meskipun tetap dalam suasana persaingan. Agar mekanisme pasar berjalan dengan baik dan memberikan kemauan bersama bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moral mutlak harus dijunjung tinggi. Secara khusus, nilai-nilai moral yang mendapat perhatian penting di pasar adalah persaingan yang adil, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai moral tersebut memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana tertuang dalam berbagai ayat Al-Qur'an.⁴ sebagai nilai-nilai universal, yang tidak hanya untuk umat Islam tetapi juga non-Muslim. Seorang muslim tidak dibenarkan mengutamakan kepentingan ekonomi di atas pemeliharaan nilai-nilai dan kebajikan yang diajarkan oleh agama, karena masih banyak sistem lain yang lebih mengutamakan usaha ekonomi dengan mengabaikan etika dan berbagai konsekuensi transendental.⁵

Selain bentuk-bentuk penipuan tersebut, kondisi pasar tradisional juga kumuh, kotor, suram, dan suasana transaksi yang tidak sehat. Menumpuknya sampah di setiap lorong dan menempatkan barang dagangan yang melebihi kapasitas ruang menjadi salah satu penyebab utamanya. Kondisi seperti ini bisa dilihat di kios atau tempat berjualan di pasar. Sementara itu, suasana di luar pasar, seperti di pintu masuk, lebih

⁴ Pusat pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Rajagrafindo Perkasa,2008) hlm, 303

⁵ Muhammad Djakfar, Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm71

rumit karena dipenuhi pedagang kaki lima (PKL) yang umumnya tidak memiliki tempat berjualan di pasar. Pasar tradisional harus selalu bersih, jika pasar bersih maka konsumen akan merasa senang dan nyaman saat berbelanja. Maka dari itu pedagang harus bisa menciptakan dan menjaga kebersihan agar pasar tidak terkesan kotor.

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perdagangan yang sah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal. Apresiasi yang tinggi tidak hanya bersifat normatif tetapi juga telah dibuktikan dalam sejarah panjang masyarakat muslim klasik. Rasulullah SAW adalah pelaku pasar yang aktif, demikian pula sebagian besar sahabatnya. Pada masa ini peran pasar dalam menentukan harga sangat menonjol, campur tangan pemerintah hanya dilakukan dalam kondisi tertentu.

Memiliki posisi penting dalam ekonomi Islam. Nabi sangat menghargai harga yang ditetapkan pasar sebagai harga yang wajar. Oleh karena itu, Islam menekankan moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan fairness. Penerapan nilai-nilai moral tersebut di pasar menjadi tanggung jawab setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanannya kepada Allah, bahkan Nabi Muhammad SAW diperankan sebagai muhtasib di pasar, dan secara langsung menegur transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moral. Dalam pandangan Al-Ghazali

sebagaimana dikutip Adiwarman Azwar Karim bahwa pasar harus berfungsi berdasarkan etika dan moral para pelakunya.⁶

Pada masa Nabi, nilai-nilai moral sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan di masa-masa awal kerasulannya, Nabi Muhammad adalah seorang pelaku pasar yang aktif dan kemudian menjadi pengawas pasar yang cermat hingga akhir hayatnya. Tujuannya adalah agar pasar beroperasi secara bebas sehingga harga, upah, dan laba dapat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.⁷

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perdagangan yang sah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal. Apresiasi yang tinggi tidak hanya bersifat normatif tetapi juga telah dibuktikan dalam sejarah panjang masyarakat muslim klasik. Rasulullah SAW adalah pelaku pasar yang aktif, demikian pula sebagian besar sahabatnya. Pada masa ini peran pasar dalam menentukan harga sangat menonjol, campur tangan pemerintah hanya dilakukan dalam kondisi tertentu.

Memiliki posisi penting dalam ekonomi Islam. Nabi sangat menghargai harga yang ditetapkan pasar sebagai harga yang wajar. Oleh karena itu, Islam menekankan moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan fairness. Penerapan nilai-nilai moral tersebut di pasar menjadi tanggung jawab setiap pelaku pasar. Bagi seorang

⁶ Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, Edisi 3, hlm 327.

⁷ Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, Edisi 3, hlm 64

muslim, nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanannya kepada Allah, bahkan Nabi Muhammad SAW diperankan sebagai muhtasib di pasar, dan secara langsung menegur transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moral. Dalam pandangan Al-Ghazali sebagaimana dikutip Adiwarmen Azwar Karim bahwa pasar harus berfungsi berdasarkan etika dan moral para pelakunya.⁸

Pada masa Nabi, nilai-nilai moral sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan di masa-masa awal kerasulannya, Nabi Muhammad adalah seorang pelaku pasar yang aktif dan kemudian menjadi pengawas pasar yang cermat hingga akhir hayatnya. Tujuannya adalah agar pasar beroperasi secara bebas sehingga harga, upah, dan laba dapat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.⁹

Pada usia 12 tahun, Rasulullah SAW bergabung dengan pamannya Abu Thalib dalam rombongan dagang ke Syiria.¹⁰ Sejalan dengan usianya yang semakin dewasa, Nabi Muhammad SAW kembali berdagang, baik berdagang dengan modal sendiri maupun bekerja sama dengan orang lain. Ketika Rasulullah berumur dua puluh lima tahun beliau berangkat ke Syam untuk berbisnis milik Khadijah.¹¹ Dengan kejujuran dan kemampuannya, ternyata Muhammad mampu memperdagangkan barang-

⁸ Adiwarmen Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, Edisi 3, hlm 327.

⁹ Adiwarmen Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, Edisi 3, hlm 64

¹⁰ Ashadi Zain, Jejak Bisnis Khadijah, terj. Gita Romadhona, Jakarta : PT Mizan Publika, cet, satu, hlm, 19

¹¹ Ahmad al-Usairy, Sejarah Islam sejak nabi Adam hingga abad XX terj. Samson Rahman, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana,2003, hlm,82

barang Khadijah, dengan cara yang menguntungkan lebih dari siapa pun sebelum dia.¹² Bahkan, keuntungan yang diperolehnya lebih banyak dari yang diperoleh pamannya Abu Thalib¹³

Syariat Islam telah menganjurkan manusia untuk berbisnis sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan rezeki, karena Islam mengakui bahwa produktivitas jual beli atau jual beli memiliki manfaat yang sangat besar bagi produsen yang menjual dan bagi konsumen yang membelinya, atau bagi setiap orang yang terlibat dalam jual beli. kegiatan berjualan. Jual beli yang baik adalah jual beli yang di dalamnya terdapat kejujuran, kebenaran, dan tidak mendurhakai Allah.

Untuk mencapai suatu jual beli yang demikian, ada unsur-unsur yang harus dipenuhi yaitu berupa syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Dalam hukum mu'amalat, Islam memiliki prinsip-prinsip yang dirumuskan sebagai dasar pembentukan mu'amalah, yaitu mubah kecuali ditentukan lain oleh Al- Qur'an dan As-Sunnah, yang dilakukan atas dasar sukarela tanpa mengandung unsur paksaan.

Salah satu bentuk mu'amalah yang tata cara pelaksanaannya diatur dalam Islam adalah masalah jual beli. Jual beli adalah suatu perjanjian untuk mempertukarkan benda atau barang yang mempunyai nilai yang sama secara sukarela antara dua pihak, satu pihak menerima benda

¹² Muhammad Husain Haekal, Sejarah hidup Muhammad, perj. Ali Audah, cetakan ketiga puluh lima, PT Mitra Kerjaya Indonesia, Jakarta, 2007, hlm, 66

¹³ Khoirul Amru Harahap, Rahasia Sukses Bisnis Khadijah, cetakan pertama QultumMedia, Jakarta, 2008 hlm, 61

tersebut dan pihak lain menerima uang sesuai dengan kesepakatan atau keterangan yang dibenarkan syara' dan disepakati.¹⁴ Fiqh adalah menukar harta dengan harta dengan cara tertentu atau menukar sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan dengan cara tertentu yang bermanfaat.¹⁵

Dalam Islam, praktik jual beli menganut mekanisme kebebasan pasar yang diatur berdasarkan permintaan dan penawaran. Hal ini untuk melindungi pihak-pihak yang terlibat dalam jual beli agar tidak ada yang dirugikan, seperti terpaksa menjual dengan harga yang tidak diinginkan. Dalam kitab-kitab kajian fiqh telah dibahas aturan-aturan global tentang jual beli seperti larangan menyontek, menimbun, menyembunyikan cacat, mengurangi timbangan dan lain sebagainya demi keselamatan dunia perdagangan. Jual beli adalah buah dari kegiatan bisnis yang dapat mendorong untuk bekerja lebih efisien. Laba yang dicapai merupakan ukuran standar perbandingan dengan usaha lain.

Dalam kehidupan nyata, perdagangan tradisional sering dipahami sebagai perdagangan lokal, di pasar-pasar yang terdapat di setiap daerah. Perbedaan antara pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat dari cara transaksi dilakukan. Di pasar tradisional, tawar menawar masih bisa dilakukan, sedangkan di pasar modern, tawar menawar tidak bisa dilakukan. Fasilitas yang dimiliki pasar tidak dapat dijadikan tolak ukur

¹⁴ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta,cet ke 5 2010) hlm,68-69

¹⁵ Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000)

untuk menentukan apakah suatu pasar itu tradisional atau modern. Jika di suatu pasar sudah terdapat fasilitas modern tetapi masih ada barang murah, maka pasar tersebut dapat dikategorikan sebagai pasar tradisional.

peneliti memilih melakukan penelitian pada pedagang kaki lima yang berjualan di pasar Kecamatan Rawas Ulu. Kabupaten Musi Rawas Utara sebagai objek penelitian dengan alasan karena penulis melihat adanya perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis pada pedagang kaki lima yang terdapat di pasar Kecamatan Rawas Ulu. Kabupaten Musi Rawas Utara yaitu perilaku pedagang yang menempatkan sarana berdagang yang tidak teratur dan tertata serta berjualan terlalu berdekatan dengan badan jalan sehingga mengganggu arus lalu lintas. Kebanyakan dari pedagang masih mengabaikan kebersihan tempat berdagang dan kebersihan makanan yang diperdagangkan.

Selain dari itu, ada beberapa pasar seperti di pasar Surulangun dan pasar Remban di Kecamatan Rawas Ulu. Kabupaten Musi Rawas Utara terdapat beberapa persoalan yang berhubungan dengan etika penjual dan pembeli. Seperti kasus mencampurkan barang yang baru dengan barang yang lama, barang yang lama disembunyikan di bawah barang yang baru sehingga penjual dapat memberikan harga yang lebih murah tanpa di ketahui oleh pembeli mengenai kualitas barang. hasil observasi awal maka dapat ditemukan data pedagang kaki lima pasar Surulangun dan pasar

Remban Kecamatan Rawas Ulu Kabupaten Musi Rawas Utara sebagai Berikut:

Tabel 1.1

Pedagang kaki lima di Pasar Tradisional Desa Surulangun Hari Jum'at

| NO | PEDAGANG | JUMLAH |
|--------|--|--------|
| 1 | Pedagang Sayuran, tempe, tahu, dan dll | 14 |
| 2 | Pedagang mainan | 2 |
| 3 | Pedagang buah buahan | 6 |
| 4 | Pedagang Ikan dan ayam | 5 |
| 5 | Pedagang Ikan Kering | 2 |
| Jumlah | | 29 |

Sumber: Olah Data Awal, 2023

Terdapat 29 pedagang kaki lima di pasar tradisional yang berjualan di pasar surulangun Kecamatan Rawas Ulu, Kabupaten Musi Rawas Utara, yang di adakan Setiap Hari Juam'at.

Tabel 1.2

Pedagang kaki lima di Pasar Tradisional Desa Remban Hari Sabtu

| NO | PEDAGANG | JUMLAH |
|--------|---------------------------------------|--------|
| 1 | Pedagang Sayuran, tahu, tempe dan dll | 6 |
| 2 | Pedagang mainan | 1 |
| 3 | Pedagang ikan asin | 1 |
| 4 | Pedagang ayam Dan Ikan | 3 |
| 5 | Pedagang buah-buahan | 4 |
| Jumlah | | 15 |

Sumber :olah Data Awal,2023

Terdapat 15 pedagang kaki lima yang berjualan di pasar tradisional pasar Remban Kecamatan Rawas Ulu, Kabupaten Musi Rawas Utara, yang

diadakan setiap hari sabtu, pedagangnya lebih sedikit di bandingkan di pasar Surulangun.

Berdasarkan data sekunder yang di temukan oleh peneliti terdapat beberapa kecurangan dalam transaksi perdagangan yang terjadi di pasar, dapat dilihat dari fenomena berikut ini: 1).Kecurangan dalam bidang timbangan, seperti menjual gula pasir seberat 1 kg padahal berat sebenarnya hanya 800 atau 900 gram. 2). Kecurangan dalam bidang takaran, seperti pedagang besar menggunakan takaran yang bagian bawahnya menonjol ke luar, tetapi saat menjual menggunakan takaran yang bagian bawahnya menjorok ke dalam. 3). Ada pedagang yang memiliki dua timbangan atau lebih. Satu skala yang benar digunakan saat menjual, sedangkan skala yang salah digunakan saat menjual.¹⁶

Ada beberapa bentuk kecurangan yang di observasi oleh peneliti mengenai transaksi jual beli di pasar tradisional sebagai berikut: 1). Penjual ikan teri ditipu, kelihatannya bagus, ternyata di bawahnya hanya kepala. 2). Kecurangan dengan penjual buah selalu mencampurkan kualitas baik dengan kualitas buruk.

Penipuan ini semakin terlihat saat mendekati hari raya, saat jual beli bahan makanan dan perhiasan meningkat tajam. Dalam transaksi, timbangan dijadikan patokan untuk menjamin isi dan berat barang yang dibeli konsumen. Di sisi lain, ada sejumlah pedagang yang menggunakan timbangan atau alat ukur.

Model transaksi di atas harus menjadi perhatian serius para pelaku pasar muslim. Pengakuan nilai-nilai moral dalam kehidupan berdagang di pasar harus

¹⁶ Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam,(Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2007), Edisi 1, hlm 146

diwujudkan secara profesional oleh setiap pelaku pasar. Artinya nilai moral adalah nilai yang tertanam dalam diri pelaku pasar, karena ini merupakan cerminan dari keimanan kepada Allah. Jadi, seseorang boleh berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga berkah. Berkah bisnis adalah stabilnya suatu bisnis, yaitu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Bersaing di pasar untuk beroperasi di bawah bimbingan nilai-nilai moral yang diterapkan pada kepentingan pribadi dan properti individu untuk memastikan keadilan bagi semua pihak yang berinteraksi di pasar.¹⁷

Namun dari pernyataan masyarakat masih banyak melihat bahwa dalam prakteknya para pedagang tidak menerapkan etika jual beli dalam islam, dan masih banyak masyarakat awam dan para pedagang yang belum memahami faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam jual beli menurut perspektif ekonomi islam. Seperti terjadinya kecurangan dalam transaksi jual beli, bukan hanya itu, sering terjadinya pengurangan timbangan, serta selisi harga yang signifikan antara para pedagang serta kualitas barang yang diperjual belikan. Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis ingin membahas lebih dalam tentang bagaimana **“Implementasi Etika Jual Beli Dalam Islam Di Pasar Traditional Pada Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pasar Kecamatan Rawas Ulu Kabupaten Musi Rawas Utara**

B. Rumusan Masalah

¹⁷ M.Umer Chapra, Masa Depan Ilmu Ekonomi sebuah Tinjauan Islam,tejemah,Ikwan Abidin B (Jakarta: Gema Insan Press,2001) hlm, 278 .

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas dapat diambil permasalahan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Implementasi etika jual beli dalam Islam diterapkan di pasar tradisional pedagang kaki lima (Studi Kasus Pasar Kecamatan Rawas Ulu Kabupaten Musi Rawas Utara)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui apakah etika jual beli dalam Islam di terapkan di pasar tradisional pedagang kaki lima (Studi Kasus Pasar Kecamatan Rawas Ulu Kabupaten Musi Rawas Utara)

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.

- c. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pedagang Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam.
- b. Bagi Masyarakat Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika kepenulisan dalam skripsi ini sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang akan diteliti agar mudah difahami, adapun sistematika kepenulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas dan menjabarkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka (penelitian terdahulu yang relevan), dan sistematika kepenulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah pada objek penelitian dengan melalui teori-

teori yang mendukung serta buku, jurnal yang relevan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga mendapatkan referensi dari media lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai jenis penelitian, waktu dan wilayah penelitian, jenis dan sifat data, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum mengenai profil Pasar Surulangun dan Kabupaten Musi Rawas Utara, dan selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil penelitian serta pembahasan yang sesuai dengan metode penelitian pada bab III, sehingga nantinya akan muncul perbandingan hasil penelitian dan menjadi pembuktian serta jawaban dari pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah di atas.

BAB V PENUTUP

pada bab ini berisi mengenai penutup. Penutup ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Dan dimana penulis menjelaskan keberhasilan tujuan dari penelitian.