

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI
DI PASAR TAMANSARI SAMBIT PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

DARIS ALY NASRUDIN

NIM 210715077

Pembimbing:

IZA HANIFUDDIN, Ph.D.

NIP 196906241998031002

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2019

ABSTRAK

Nasrudin, Daris Aly. 2019. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo. Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Iza Hanifuddin, Ph.D.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Praktik Jual Beli, Pembentukan Harga, Kearifan Lokal

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Pasar Kliwon atau masyarakat Sambit sering menyebutnya dengan Pasar Tamansari merupakan pasar tradisional yang bertempat di pusat kecamatan Sambit. Fenomena yang ditemui berdasarkan wawancara pra penelitian bahwa praktik jual beli di pasar ini terdapat percampuran kualitas barang. Selain itu, dalam pembentukan harga melakukan bermacam cara agar mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Namun, pasar tradisional mempunyai sisi positif yang identik dengan budaya kearifan lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui praktik jual beli di pasar Tamansari Sambit Ponorogo. (2) Untuk mengetahui bagaimana pola pembentukan harga dalam jual beli di Pasar Kliwon Tamansari. (3) Untuk mengetahui nilai-nilai etik lokal yang dapat dikembangkan dalam etika jual beli di pasar Kliwon Tamansari kecamatan Sambit.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian, setelah melakukan pengumpulan data dan analisis dapat disimpulkan: (1) Dalam praktik jual beli para pedagang di Pasar Tamansari telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Namun, dalam prinsip keseimbangan dan kebenaran pedagang belum menerapkan karena masih adanya pedagang yang melakukan kecurangan dalam takaran barang dan tidak transparan dalam hal mutu barang. (2) Dalam pembentukan harga telah menerapkan seluruh prinsip etika bisnis Islam ditunjukkan dengan tidak adanya diskriminasi harga, pembentukan harga disesuaikan dengan harga pasar, kebebasan menawar harga, membentuk harga sesuai dengan kualitas, pedagang berlaku transparan kepada pembeli tentang harga barang yang disesuaikan dengan kualitas suatu barang dan tidak ada unsur paksaan kepada pembeli untuk menyetujui harga. (3) Kearifan lokal dalam etika jual beli yang dapat dikembangkan yakni ketika pedagang menawarkan barang dengan penuh keakraban kepada calon pembelinya. Sedangkan antar pedagang satu dengan lainnya tidak ada rasa iri karena mereka menganggap sebagai kawan bukan lawan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : **Daris Aly Nasrudin**

NIM : 210715077

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli di
Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 12 Agustus 2019

Mengetahui,

Kajur/Kaprodi



Dr. H. M. Ag.

NIP. 162005012004

Menyetujui,

Pembimbing

Iza Hanifuddin, Ph.D.

NIP 196906241998031002



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
PENGESAHAN**

Skripsi atas nama saudara :

Nama : **Daris Aly Nasrudin**
NIM : 210715077
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Senin
Tanggal : 26 Agustus 2019

dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam pada:

Hari : Senin
Tanggal : 02 September 2019

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
2. Penguji 1 : Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
3. Penguji 2 : Iza Hanifuddin, Ph.D.

Ponorogo, 02 September 2019
Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Daris Aly Nasrudin
NIM : 210715077
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 10 September 2019

Penulis


Daris Aly Nasrudin

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Daris Aly Nasrudin
NIM : 210715077
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 02 September 2019

Yang Membuat Pernyataan


Daris Aly Nasrudin
NIM 210715077

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia untuk berusaha dan bekerja untuk memperoleh kekayaan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.¹ Agama Islam sangat menganjurkan dan mendorong umatnya untuk berjuang dalam mendapatkan materi dengan berbagai cara. Selama cara yang dilakukan tidak keluar dari rambu-rambu yang telah ditetapkan, diantara rambu-rambu itu adalah carilah yang halal lagi baik, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak dizalimi dan menzalimi, menjauhkan unsur riba dan *gharar* (ketidakjelasan).² Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa dibidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoism dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas.³

Etika bisnis sangat penting untuk dikemukakan di era globalisasi yang terjadi di berbagai bidang dan kerap mengabaikan nilai-nilai etika dan moral, oleh karenanya Islam sangat menekankan agar aktifitas bisnis tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan akan tetapi

Salah satu bentuk usaha dalam berbisnis adalah jual beli. Dalam etika jual beli yang terpenting adalah kejujuran. Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak berjalan dengan baik. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Cacat pasar yang paling banyak dan memperburuk citra perdagangan adalah

¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 35.

² Fitri Amalia, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah), 1.

³ Rafik isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2004), 3.

kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebathilan, baik secara dusta atau menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkan atas yang lainnya.⁴ Padahal dalam Islam telah diajarkan kode etik bagi muslim yang terlibat bisnis global yaitu harus bertindak jujur dan benar, menjaga ucapan dan tidak bertindak curang dan menipu dalam melakukan bisnis.⁵

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan atau dengan kata lain etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁶

Pasar Kliwon atau masyarakat Sambit sering menyebutnya dengan Pasar Tamansari merupakan pasar tradisional yang bertempat di pusat kecamatan Sambit. Pasar ini merupakan pasar yang beroperasi sepekan sekali tepatnya hari Kliwon pada penanggalan Jawa. Pasar ini menyediakan berbagai kebutuhan penduduk mulai dari sayuran, buah-buahan, hewan ternak, dan pakaian.⁷

Sebagai contoh dari pemaparan adalah pelaksanaan jual beli yang dipraktikkan di Pasar ini adalah mengenai pedagang bawang merah dalam kemasan plastik, bawang merah dalam kemasan plastik ditawarkan kepada pembeli bahwasannya bawang merah yang dijual tersebut termasuk bawang merah yang kualitasnya bagus dan berukuran besar, kemudian salah satu pembeli yang bernama ibu Latri ini membeli bawang merah tersebut. Setelah dibeli dan dibuka di rumah, ternyata bawang merah yang kualitasnya baik hanya berada disisi yang terlihat dari luar saja sedangkan bagian dalamnya

⁴Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Press, 2004), 293.

⁵Veithal Rivai Dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economic And Finance Ekonomi Dan Keuangan Islam Bukan Alternatif Tetapi Solusi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 221.

⁶Abdul Aziz, *Etika bisnis prespektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

⁷"Mudi, *Wawancara*, 23 April 2019."

campur dengan bawang merah yang kualitasnya lain dan berukuran kecil-kecil.⁸

Dalam suatu proses jual beli harga juga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.⁹

Dalam menentukan harga dalam jual beli, saat ini banyak pedagang yang melakukan bermacam cara agar mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan kepentingan orang lain. Beberapa penjual menerapkan strategi dengan mengatakan sesuatu kepada pembeli dengan harapan agar barang yang dijualnya akan dibeli dengan harga yang tinggi. Sebagian yang lain melakukan jual beli yang harganya sangat tinggi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang cukup banyak bagi pedagang dengan memanfaatkan atas mendesakny kebutuhan akan barang tersebut oleh pembeli dan juga memanfaatkan kebodohan pembeli mengenai harga suatu barang.

Selain dua permasalahan diatas, di pasar tradisional mempunyai sisi positif yang identik dengan budaya kearifan lokal salah satunya yaitu adanya komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli, pembeli juga dapat mengembalikan barang sesuai dengan kesepakatan, selain itu juga ada pemberian bonus kepada pelanggan setia. Kearifan lokal yang terdapat di pasar tradisional tersebut tidak akan ditemui pada pasar modern.

Setelah melihat dan memperhatikan kesaksian dari salah satu pembeli di atas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada penjual yang

⁸"Sulastri, *Wawancara*, 24April 2019."

⁹Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 17.

bersikap demikian dan mengapa terjadi ketidakpuasan pada pembeli. Apakah hal itu muncul karena ketidakpahaman pedagang dalam transaksi jual beli atau karena kesengajaan. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik mengkaji dan meneliti.

B. Rumusan Masalah

Berpijak pada latar belakang masalah di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik jual beli di Pasar Kliwon Tamansari Kecamatan Sambit ?
2. Bagaimana pola pembentukan harga dalam praktik jual beli di Pasar Kliwon Tamansari Kecamatan Sambit?
3. Bagaimana nilai-nilai kearifan lokal yang dapat dikembangkan dalam etika jual beli di Pasar Kliwon Tamansari Kecamatan Sambit ?

C. Tujuan Penelitian

Berpijak pada rumusan masalah di atas, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik jual beli di Pasar Kliwon Tamansari
2. Untuk mengetahui bagaimana pola pembentukan harga dalam jual beli di Pasar Kliwon Tamansari
3. Untuk mengetahui nilai-nilai kearifan lokal yang dapat dikembangkan dalam etika jual beli di pasar Kliwon Tamansari kecamatan Sambit.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penulisan dan wacana baru khususnya dalam etika bisnis Islam mengenai jual beli dan penentuan harga.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti ialah untuk menambah wawasan dan khasanah keilmuan.

- b. Bagi Penjual dan Pembeli ialah sebagai sumbangan pemikiran yang memberikan pertimbangan serta perhatian yang mendalam terhadap jual beli bagi pihak-pihak terkait khususnya dalam etika berbisnis.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Skripsi yang ditulis oleh Uswatun Hasanah pada tahun 2017 dengan judul Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Bekatul di Patran Sonobekel Tanggunganom Nganjuk. Masalah yang diangkat adalah jual beli bekatul dengan bahan dasar campuran yang dilakukan pedagang di Patran Sonobekel Tanggunganom Nganjuk. Hal itu pedagang lakukan karena sangat tingginya tingkat penjualan bekatul di Patran, maka ada pedagang yang melakukan kecurangan dalam proses produksi bekatul dengan mencampur bekatul dengan sekam giling. Dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi bekatul tidak sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam, karena telah melanggar prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran, sebab pedagang mencampur bekatul dengan sekam giling. Kemudian pada proses produksi bekatul juga melanggar larangan dalam jual beli, yaitu larangan *tadlis* atau penipuan. Mengenai proses distribusi (penjualan) bekatul telah melanggar prinsip etika bisnis Islam, melanggar etika bisnis Islam pada proses penjualan dan melanggar etika bisnis Islam dalam jual beli yakni proses penjualan yang dilakukan pedagang dengan pembeli dari warga Patran dan sekitarnya, karena pembeli tidak mengetahui bahwa bekatul kualitas biasa adalah bekatul berbahan dasar campuran. Sedangkan proses jual beli pedagang dengan pembeli dari pemilik toko pakan ternak tidak melanggar prinsip dasar etika bisnis Islam, etika bisnis Islam dalam distribusi maupun etika bisnis Islam dalam jual beli, karena pembeli telah mengetahui bahwa bekatul kualitas biasa adalah bekatul berbahan dasar campuran.¹⁰

Persamaan skripsi antara penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam, adapun perbedaannya

¹⁰Uswatun Hasanah, *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Bekatul di Patran Sonobekel Tanggunganom Nganjuk* (SKRIPSI: IAIN Ponorogo, 2017), 2.

penelitian sebelumnya terfokus pada proses produksi dan distribusi sedangkan yang penulis teliti terkait jual beli, pola pembentukan harga serta nilai etik yang bisa dikembangkan di lokasi penelitian.

Skripsi yang ditulis oleh Titin Eko Ayu Herlina pada tahun 2018. Dengan judul *Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daun Cengkeh di Desa Jurug, Kecamatan Sooko, Kabupaten Ponorogo*. praktik jual beli daun cengkeh di Desa Jurug, Kecamatan Sooko, Kabupaten Ponorogo. Jual beli tersebut dilakukan dengan cara merendam atau menyiram daun cengkeh sebelum dijual dan persaingan penetapan harga beli oleh pembeli daun cengkeh yang menawar barang yang sudah ditawarkan oleh pembeli yang lain. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: sikap penjual dan pembeli daun cengkeh di Desa Jurug Kecamatan Sooko Kabupaten Ponorogo belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Belum sesuai dikarenakan tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran yang di dalamnya ada unsur kebajikan dan kejujuran. Persaingan penetapan harga beli di Desa Jurug Kecamatan Sooko Kabupaten Ponorogo belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena belum sesuai dengan prinsip keseimbangan, pertanggungjawaban, dan kebenaran yang di dalamnya ada unsur kebajikan. Hal tersebut karena penawar tertinggi yang memperoleh daun cengkeh sedangkan pembeli yang memiliki standar harga rendah kesulitan membeli daun cengkeh yang dimiliki petani. Sehingga hal tersebut mematikan pasaran pembeli pertama.¹¹

Persamaan skripsi antara penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam, jual beli, dan penetapan harga. Adapun perbedaannya penelitian tersebut dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam etika bisnis islam yang ditinjau secara keseluruhan, akan tetapi dalam skripsi ini, lebih pada tinjauan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis islam, dan dalam jual beli lingkupnya secara umum yakni di pasar. Selain itu perbedaannya terletak pada pengambilan lokasi penelitian.

¹¹Eko Ayu Herlina, *Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daun Cengkeh di Desa Jurug, Kecamatan Sooko, Kabupaten Ponorogo* (SKRIPSI: IAIN Ponorogo, 2018), 2.

Skripsi yang ditulis oleh Miswanto tahun 2015, dengan judul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Jahe di Pasar Ngrayun Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo." Skripsi ini berkesimpulan bahwa: 1) Pencampuran kualitas jahe oleh penjual di Pasar Ngrayun Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo bertentangan dengan etika bisnis Islam karena mengandung unsur gharar yaitu terkadang akan merugikan penjual dan terkadang akan merugikan pembeli (tengkulak). 2) Pemotongan berat timbangan oleh pembeli bertentangan dengan etika bisnis Islam karena dalam melakukan pemotongan berat timbangan dilakukan secara sepihak dan alasan pembeli melakukan pemotongan berat timbangan adalah berat karung dan tanah yang menempel pada jahe. Hal ini jelas tidak sesuai karena berat karung dan tanah yang menempel tidak ada 5% dari berat jahe. Padahal minimal pedagang melakukan pemotongan itu minimal 15% dari berat jahe. Dan beberapa pedagang yang menimbang jahe yang tidak sesuai dengan berat aslinya, hal ini jelas termasuk memakan harta orang lain secara bathil atau haram.¹²

Persamaan skripsi antara penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam, adapun perbedaannya penelitian sebelumnya terfokus pada tinjauan etika bisnis Islam dalam pencampuran kualitas dan pemotongan berat timbangan, sedangkan yang penulis teliti terfokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli dan pola pembentukan harga.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk

¹²Miswanto, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Jahe di Pasar Ngrayun Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo* (SKRIPSI: IAIN Ponorogo, 2015), 5.

menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.¹³ Penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian. Alasan penggunaan metode kualitatif karena tujuan penelitian ini bukan untuk mengukur atau mengetahui jumlah sesuatu yang menjadi karakteristik metode kuantitatif akan tetapi untuk mengetahui kondisi, karakteristik, maupun definisi tertentu. Dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari tahu terkait praktik jual beli di Pasar Kliwon Tamansari Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo dan berusaha memahami persoalan secara keseluruhan.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpul data, penafsir data dan akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya.¹⁴

Pada penelitian kualitatif, kehadiran peneliti merupakan instrumen yang paling penting. Ciri khas penelitian kualitatif yang tidak dapat dipisahkan dari pengamatan berperan serta, sebab peranan penelitian yang menentukan keseluruhan skenarionya. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, partisipan penuh sekaligus pengumpul data, sedangkan instrumen lainnya sebagai penunjang.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Pasar Kliwon Tamansari yang terletak di Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih Pasar Kliwon Tamansari sebagai objek penelitian alasannya karena penulis melihat adanya fenomena mengenai praktik jual beli di pasar tersebut. Pasar Kliwon Tamansari ini memiliki keunggulan dibanding dengan pasar yang lain yaitu adanya pasar hewan. Hal ini diketahui dengan

¹³Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Asdi mahasatya, 2006), 96.

¹⁴Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 168.

penjajakan awal di lapangan serta dialog dengan salah satu pegawai kantor di pasar Kliwon tersebut.

4. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tentang praktik jual beli, pola pembentukan harga, dan kearifan lokal di Pasar Tamansari. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan pedagang dan pembeli di Pasar Tamansari. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dengan demikian sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata yaitu wawancara dari pegawai kantor di pasar tersebut, para pelaku usaha serta pelanggan dari pedagang di Pasar Kliwon Tamansari tersebut dan sumber data foto adalah sebagai sumber data tambahan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹⁵ Bila dilihat dari segi cara dan teknik pengumpulan data. Maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), dokumentasi, dan gabungan ketiganya.¹⁶

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara (interview), dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas,

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 308.

¹⁶Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 63.

kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok.¹⁷ Dalam penelitian kualitatif ini observasi yang digunakan adalah observasi tidak terstruktur, karena fokus penelitian akan terus berkembang selama kegiatan berlangsung. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dengan mencatat kejadian-kejadian serta kondisi di Pasar Kliwon Tamansari, selain itu peneliti juga melakukan observasi terhadap perilaku para pedagang dan pembeli di pasar tersebut.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antar dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.¹⁸ Secara garis besar ada dua pedoman wawancara yaitu: (a) pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan dan hasil wawancara dengan jenis ini lebih banyak tergantung dari pewawancara, jenis *interview* ini cocok untuk penelitian kasus, (b) pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai check-list. Pewawancara tinggal membubuhkan tanda (check-list) pada nomor yang sesuai.¹⁹

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (wawancara tidak terstruktur) yaitu dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara mendalam sehingga data-data yang diperlukan terkumpul.²⁰ Dalam penelitian ini, peneliti

¹⁷Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 32-33.

¹⁸Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 180.

¹⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 227.

²⁰Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 21.

menggunakan wawancara tidak terstruktur untuk mengetahui hasil dari praktik jual beli dan pembentukan harga di pasar Kliwon Tamansari .

Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah pegawai kantor di pasar Kliwon, penjual, pembeli, dan masyarakat sekitar pasar Tamansari. Teknik wawancara ini digunakan untuk mengetahui hasil dari praktik jual beli dan pembentukan harga di pasar Kliwon Tamansari. Hasil wawancara dari masing-masing informan ditulis dengan kode-kode dalam transkrip wawancara dalam lampiran-lampiran skripsi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.²¹

Teknik dokumentasi dipergunakan untuk mengumpulkan data tentang profil pasar Kliwon Tamansari, meliputi:

- 1) Letak geografis pasar Kliwon Tamansari.
- 2) Struktur organisasi pasar Kliwon Tamansari.
- 3) Kondisi pedagang dan pembelidi pasar Kliwon Tamansari
- 4) Kondisi sarana dan prasarana di pasar Kliwon Tamansari Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo.

²¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 82.

6. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.²²

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara intensif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, dan datanya menjadi jenuh. Aktivitas dalam analisis data, meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.²³

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif beberapa jenis bentuk penyajian datanya adalah bentuk uraian singkat, bagan dan sebagainya.²⁴

104. ²²Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998),

²³Sugiyono, *Metode Penelitian*, 338.

308. ²⁴M. Djunaidi Ghony, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012),

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah berupa temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan klausal atau interaktif, hipotesis atau teori.²⁵

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun pengecekan keabsahan temuan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.

Triangulasi merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, atau dokumentasi. Bila dengan tiga tehnik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda.²⁶

G. Sistematika Pembahasan

Bab I yaitu pendahuluan, pada bagian ini berisi tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

²⁵Ibid, 345.

²⁶Sugiono, *Metode penelitian*, 375.

Bab II membahas tentang Etika Bisnis Islam. Bab ini merupakan serangkaian teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Pembahasan ini meliputi: pengertian etika bisnis Islam, prinsip dasar etika bisnis Islam, etika bisnis Islam tentang jual beli, dan etika bisnis Islam dalam pembentukan harga.

Bab III Berisi tentang Praktek Jual Beli dan Penentuan Harga Di Pasar Kliwon TamansariKecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. Bab ini merupakan objek pembahasan yang di dalamnya dibahas tentang gambaran umum mengenai Pasar Kliwon Tamansari serta praktik jual beli dan penentuan harga di Pasar Kliwon Tamansaritersebut.

Bab IV Analisis tentang Praktik Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli di pasar Kliwon Tamansari. Dalam bab ini dijelaskan penerapan etika bisnis Islam dalam hal jual beli dan penentuan harga di pasar Kliwon Tamansari.

Bab V ini merupakan akhir dari penulisan skripsi yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang berupa kesimpulan dan saran.



BAB II

TEORI ETIKA BISNIS ISLAM, PRAKTIK JUAL BELI, POLA PEMBENTUKAN HARGA, DAN KEARIFAN LOKAL

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Kata etika, dalam bahasa Yunani kuno ialah *ethikos* yang berarti timbul dari kebiasaan. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar dan salah, baik dan buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu berkenaan tentang yang baik-buruk dan tentang hak kewajiban moral. Etika adalah ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.¹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah ilmu tentang asas-asas akhlak.² Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khuluq-khuluqan* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, dan keperwiran. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq*. Namun, jika ditelusuri lebih dalam, ternyata al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, yakni *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.³

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *Ethics* yang berarti tata susila pula, sedangkan moral berasal dari kata *Mores* yang

¹ Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 2-3.

² Tri Rahma, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung, 2011), 129.

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Depok: Penebar Swadaya, 2012), 13.

berarti kebiasaan (*habit* atau *custom*).⁴ dapat dikatakan bahwa etika adalah seperangkat nilai tentang baik, benar, buruk, dan salah atau buruk yang berdasarkan prinsip moralitas, khususnya dalam perilaku dan tindakan sehingga etika menjadi salah satu faktor penting bagi terciptanya kondisi kehidupan manusia yang lebih baik.⁵

2. Pengertian bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antarindividu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (profit), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.⁶

Bisnis dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu usaha perorangan misalnya industri rumah tangga, usaha perusahaan besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.⁷

3. Pengertian Islam

Islam adalah agama yang universal dan kopehensif. Universal berarti bahwa Islam diperuntukkan bagi seluruh umat manusia di muka bumi dan dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai akhir

⁴ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 24

⁵ Idri, *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), 325

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 4.

⁷ Idri, *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, 325.

zaman. Dalam konteks Islam, komprehensif berarti Islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna (*syumul*). Al-Qur'an secara tegas mendeklarasikan kesempurnaan Islam tersebut.

4. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam syariat islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁸ Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, buruk dan salah yang berdasar pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku usaha bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁹

B. Dasar Hukum

Islam sangat mengharuskan umatnya untuk berpegang teguh pada nilai-nilai kebaikan dalam melakukan kegiatan ekonomi. Hal ini terdapat dalam firman Allah Swt. QS. Surat al-Nisā' : 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan

⁸ Idri, *Hadis Ekonomi*, 326

⁹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 3.

janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁰

Dalam ayat yang lain Allah Swt. Melarang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang karena praktik ini akan menimbulkan dampak yang sangat buruk yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli serta mendapat dosa. Hal ini terdapat dalam firman Allah QS. Al-Isrā' : 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.¹¹

C. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya), aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral *awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.¹² Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan. Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu¹³. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Unity* (persatuan)

Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemah* (Bandung: Syaamil Qur'an, 2005),

¹¹ Agama RI, *Al-qur'an*, 203

¹² Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenada media, 2006), 89

¹³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 43

Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai tuhan yang maha esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa di terapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja. Atau antara laki-laki dan perempuan.

Kapan saja terdapat ada perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga terciptanya keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosio ekonomis sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip-prinsip persaudaraan (*Ukhuwah*). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah.

2. *Equilibrium* (keseimbangan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai Stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tjarah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar

membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

Konsep *equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

3. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private* sektor dengan kegiatan monopolistik. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini manusia dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetensi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang dipresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan

langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.¹⁴

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.¹⁵

5. *Benevolence (Ihsan)*

Ihsan, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Dalam sebuah bisnis, sejumlah perbuatan yang dapat men-*support* pelaksanaan ihsan dalam bisnis, yaitu :

- a. Kemurahan hati
- b. Motif pelayanan
- c. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Walaupun Al-Qur'an mendeklarasikan bahwa bisnis adalah halal, namun demikian setiap perikatan ekonomi yang dilakukannya dengan orang lain, tidak membenamkan dirinya dari ingatan kepada Allah dan pelaksanaan setiap perintah-Nya. Seorang muslim diperintahkan untuk selalu ingat kepada Allah, baik dalam kondisi bisnis yang sukses atau

¹⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

¹⁵ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 42

dalam kegagalan bisnis. Aktivitas bisnis harus *compatible* dengan sistem moral yang terkandung didalam Al-Qur'an.¹⁶

6. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.¹⁷

D. Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Menurut Taqiyuddin, jual beli adalah saling tukar menukar harta oleh dua orang untuk dikelola dengan cara ijab dan qabul sesuai dengan syara'.¹⁸ Menurut Sayyid Sabiq, jual beli adalah pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling meridhai atau memindahkan hak milik disertai penggantian dengan cara yang dibolehkan.¹⁹ Jual beli dalam bahasa Arab disebut *al-ba'i* yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.²⁰ Dari berbagai definisi diatas, dapat diperoleh makna inti dari jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan)

¹⁶ *Ibid*, 103

¹⁷ Muhammad Dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002). 19-20.

¹⁸ Qomarul Huda, *Fiqh Mu'amalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 52.

¹⁹ Abdul Rahman Ghazali, et. al, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Prenada Media, 2010), 67.

²⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalat* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 113.

antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.²¹

2. Syarat dan Rukun Jual Beli

Syarat dalam jual beli yaitu:

- a. Orang berakad, yaitu penjual dan pembeli harus memenuhi syarat-syarat berikut, yaitu baligh, berakal, dan melakukan akad atas kehendak sendiri.²²
- b. Adanya ijab qabul, syarat yang harus terpenuhi ialah:
 - 1) Tidak ada yang memisahkan, pembeli jangan diam setelah penjual menyatakan ijab, begitupun sebaliknya.
 - 2) Tidak boleh diselingi dengan kata-kata lain antara ijab qabul.
 - 3) Adanya kesesuaian ijab qabul dengan harga barang yang dijualbelikan.
- c. Benda atau barang yang dijualbelikan harus memenuhi hal-hal berikut:
 - 1) Suci atau mungkin disucikan.
 - 2) Memberi manfaat menurut *syara'*.
 - 3) Tidak dibatasi waktunya.
 - 4) Dapat diserahkan.
 - 5) Milik sendiri.
 - 6) Barang diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran yang lainnya.²³

Selain Syarat, Jual beli harus memenuhi beberapa rukunnya, Menurut jumhur ulama, rukun jual beli ada empat, yakni:

- 1) *Ba'i* (penjual)
- 2) *Mustari* (pembeli)
- 3) *Shighat* (ijab qabul)
- 4) *Ma'qud 'alaih* (benda atau barang).²⁴

²¹Qomarul, *Fiqh Mu'amalah*, 52.

²²Qomarul, *Fiqh Mu'amalah*, 58

²³Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011),

²⁴Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, 76

3. Akhlak Jual Beli dalam Islam

Didalam ekonomi dikenal adanya aturan main, baik tertulis maupun tidak tertulis. Tujuan dari aturan main tersebut adalah agar dalam proses ekonomi seperti jual beli tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan. Aturan main penting karena kecenderungan naluri manusia dalam mencintai harta terkadang membuat manusia lupa cara mendapatkannya, bisa jadi didapatkan dengan cara haram dan mengesampingkan kaidah-kaidah syariah. Adapun jika diklasifikasikan lebih lanjut, petunjuk dan pedoman dalam menjalankan ekonomi yang merupakan akhlak atau etika islam dalam jual beli adalah sebagai berikut :

- a. Jual beli atas dasar suka sama suka. Islam telah memberikan pedoman dalam jual beli, yaitu dengan menitikberatkan kepada kemaslahatan umum, seperti suka sama suka, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan didzalimi dalam transaksi tersebut. Semua jalan yang saling mendatangkan manfaat antara individu-individu dengan saling rela-merelakan, adil, adalah dibenarkan. Prinsip ini telah ditegaskan Allah dalam firman-Nya surah al-Nisā (4) ayat 29-30 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara

kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁵

Ayat ini memberikan syarat, bahwa boleh dilangsungkannya jual beli dengan dua hal yaitu :

- 1) Jual beli itu harus dilakukan atas dasar saling rela, suka sama suka antara kedua belah pihak.
 - 2) Tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan orang lain
 - 3) Tidak boleh saling merugikan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain.²⁶
- b. Dalam melaksanakan jual beli harus berbaik hati kepada sesama. Pelaku bisnis Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.²⁷
- c. Dalam melakukan jual beli setiap orang diberi hak untuk mengadakan *khiyar*. Dengan adanya hak *khiyar* itu pembeli mendapat pilihan untuk meneruskan atau membatalkan transaksi. Dengan hak *khiyar* itu pembeli memperoleh kepuasan tentang harga dan kualitas barang yang dibelinya.
- d. Dalam melakukan jual beli dilarang melakukan kebohongan atau kecurangan. Kecurangan dalam menakar dan menimbang mendapatkan perhatian khusus dalam al-Qur'an, karena praktik seperti ini telah merampas hak orang lain. Selain itu, praktik seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat buruk dalam dunia perdagangan yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Sikap kehati-hatian dalam menakar dan menimbang ini

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-qur' an dan Terjemah* (Bandung: Syaamil Qur'an, 2005), 83

²⁶ Havis Aravik, *Ekonomi Islam Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi* (Malang: Empatdua, 2016), 47-48.

²⁷ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 39.

perlu dilakukan karena kecurangan merupakan tindak kezaliman yang sulit ditebus dengan taubat. Hal ini disebabkan kesulitan mengumpulkan kembali para pembeli yang pernah dirugikan dengan mengembalikan hak-hak mereka.

- e. Dalam mengadakan jual beli yang tidak tunai harus dilaksanakan secara tertulis atau dengan dua orang saksi. Tujuannya untuk memberikan kepastian kepada masing-masing pihak yang terlibat dalam jual beli. Di samping itu, dapat terhindar dari adanya kemungkinan sengketa di antara pihak-pihak berkepentingan.
- f. Dalam mengadakan jual beli tidak diperkenankan jual beli *gharar*. Yaitu kesepakatan melakukan jual beli dalam kondisi barang yang diperjualbelikan belum pasti benar, seperti jual beli barang yang masih di batang sehingga belum jelas masaknyanya. Jual beli *gharar* dapat merugikan orang lain, yakni suka sama suka. Orang yang tertipu jelas tidak akan suka karena haknya dilanggar. Jual beli yang termasuk *gharar* adalah jual beli yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahkan, atau tidak diketahui kadarnya. Kebenaran dan keakuratan informasi sangat diperhatikan oleh Islam. Informasi yang harus diberikan pada pembeli tidak hanya berhubungan dengan kualitas maupun kuantitas suatu barang, tetapi juga berkaitan dengan efek samping, atau bahaya pemakaian, perlindungan terhadap kepercayaan agama tertentu seperti halal atau haramnya suatu produk.
- g. Dalam melaksanakan jual beli, dilarang mengambil keuntungan dengan cara menimbun (*ihthikar*) dan spekulatif. *Ihthikar* adalah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat naik dan keuntungan besar diperoleh.²⁸
- h. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad SAW. Sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam hadist riwayat Bukhari, Nabi

²⁸ Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, 50-59

bersabda, “*Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah*”.

- i. Ramah tamah. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW bersabda, “*Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis*” (HR. Bukhari dan Tirmizi)
- j. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.
- k. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, dan lain sebagainya.²⁹

E. Etika Bisnis Islam dalam Pembentukan Harga.

1. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutup, sehingga pada akhirnya perusahaan menderita rugi.³⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang, yakni jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.³¹

²⁹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 40-43

³⁰M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 129.

³¹Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 446.

2. Faktor-faktor pembentukan harga

Dalam pembentukan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

a. Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar dan waktu tertentu. Hukum permintaan menyatakan : *apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang.* Hukum permintaan berbanding terbalik dengan harga.³²

Secara teori, hukum ini dijelaskan yaitu: mana kala pada suatu pasar terdapat permintaan suatu produk yang relatif sangat banyak, sehingga:

- 1) Barang yang tersedia pada produsen tidak dapat memenuhi semua permintaan tersebut sehingga untuk membatasi jumlah pembelian produsen akan menaikkan harga jual produk tersebut.
- 2) Penjual akan berusaha menggunakan kesempatan tersebut untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan menaikkan harga jual produknya.

Sebaliknya, jika pada suatu pasar permintaan suatu produk relatif sedikit, maka yang terjadi adalah harga turun.³³

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah :

1) Harga barang itu sendiri

Naik atau turunnya harga barang/jasa akan mempengaruhi banyak/sedikitnya terhadap jumlah barang yang diminta.

55. ³² Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008),

³³ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Prespektif Islam*, 114-115

2) Pendapatan masyarakat

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan.

3) Intensitas kebutuhan

Mendesak atau tidaknya atau penting tidaknya kebutuhan seseorang terhadap barang/jasa akan mempengaruhi jumlah permintaan.

4) Pertambahan penduduk

Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah permintaan. Makin banyak penduduk, maka jumlah permintaan akan meningkat.

5) Barang pengganti

Adanya barang pengganti akan berpengaruh terhadap jumlah permintaan. Pada saat harga barang naik, jika ada barang pengganti maka jumlah permintaan akan dipengaruhinya.

b. Penawaran

Penawaran diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan. Penawaran produsen suatu barang akan dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

- 1) Biaya produksi: Tinggi atau rendahnya biaya produksi akan mempengaruhi harga jual yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah yang ditawarkan.
- 2) Teknologi: Canggih tidaknya teknologi akan mempengaruhi jumlah penawaran. Produktifitas semakin besar, harga menjadi murah dan jumlah yang ditawarkan meningkat.
- 3) Harapan keuntungan. Tingkat keuntungan produsen, besar kecilnya laba akan menentukan harga jual.³⁴

³⁴ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 74.

Hukum Penawaran :

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik, maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun.

c. Elastis Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi pembentukan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik. Artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.³⁵

d. Persaingan

Kebebasan perusahaan dalam menentukan harga tergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda. Berdasarkan bentuk persaingannya, ada empat jenis pasar yaitu:

- 1) Pasar persaingan sempurna, yaitu pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk yang seragam.
- 2) Pasar persaingan monopoli, yaitu pasar yang terdiri dari banyak penjual dan pembeli yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar.
- 3) Pasar persaingan oligopoli, yaitu pasar yang terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada pembentukan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
- 4) Pasar monopoli sempurna, yaitu pasar yang hanya ada satu penjual saja.³⁶

e. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan

³⁵Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), 242-243.

³⁶Ari Sudirman, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2002), 217-222.

kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.³⁷

f. Harga yang adil dalam islam

Istilah *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah Saw. Dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl (sahih muslim)*. Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyah* (denda/uang tebusan darah), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasikan hukum islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, memaksa penimbun barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya. Secara umum, mereka berpikir, bahwa harga sesuatu yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan Mereka juga sering menggunakan istilah *thaman al_mithl* (harga yang setara/*equivalen price*)."

Meskipun istilah-istilah tersebut telah digunakan sejak masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah ibn Taimiyah. ibn Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu *'iwad al-mithl (equivalen compensation / kompensasi yang setara)* dan *thaman al-mithl (equivalen price/harga yang setara)*. Dalam al-Hisbahnya ia mengatakan "kompensasi yang setara akan

³⁷Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 245.

diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al-adl*).

Dalam majmu fatawanya Ibn Taimiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku (*s'ir*) dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam al-Hisbah, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan.

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.³⁸

F. Kearifan Lokal

1. Pengertian Kearifan Lokal

Istilah Kearifan lokal (*local wisdom*) dalam pengertian kamus, terdiri dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Secara umum maka lokal wisdom (kearifan setempat atau kearifan lokal) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Pengertian lain yang lebih terperinci tentang kearifan lokal

³⁸ P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), 331-332.

adalah kebenaran yang telah mentradisi atau ajeg dalam suatu daerah. Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai-nilai keyakinan manusia atau firman Tuhan dan berbagai nilai yang ada.

Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus menerus dijadikan pegangan hidup, meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Kearifan lokal merupakan nilai-nilai yang dianggap baik dan benar sehingga dapat bertahan dalam waktu lama bahkan melembaga.

Kearifan lokal dimaknai juga sebagai adat yang memiliki kearifan atau *al-'addah al-ma'rifah*. Kearifan adat dipahami sebagai segala sesuatu yang didasari pengetahuan dan diakui akal serta dianggap baik oleh ketentuan agama. Adat kebiasaan pada dasarnya teruji secara alamiah dan niscaya bernilai baik. disisi lain, komunitas lokal (*local community*) menjawab tantangan kehidupan ini dengan kearifan dan kebijaksanaan yang dimilikinya. Kearifan atau kebijaksanaan (*wisdom*) tersebut muncul bisa jadi karena pengalaman yang selama ini terjadi dan yang telah menjadikannya sebagai jawaban dan solusi terhadap masalah yang dihadapinya. Faktor keterlibatan para pendahulu, nenek moyang yang mewariskan tradisi tersebut kepada generasi berikutnya menjadi sangat penting bagi terjaganya kearifan tersebut.³⁹

2. Fungsi kearifan lokal

- a. Untuk konservasi dan pelestarian sumber daya alam
- b. Untuk pengembangan sumber daya manusia

³⁹ Abdul Hakim, "Kearifan lokal dalam ekonomi islam," *Akademika*, volume 8 nomor 1(2014), 66-67.

- c. Untuk pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan, misalnya upacara adat tertentu
- d. Sebagai petuah, kepercayaan, sastra, dan pantangan.

3. Kearifan lokal dalam praktik bisnis di Indonesia

Proses sosialisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan sejak anak-anak. Pada usia anak-anak, nilai-nilai tertentu biasanya akan mudah mengendap dibandingkan dewasa. Tidak hanya nilai filosofis tetapi juga dengan nilai-nilai utama dalam bidang bisnis. Pada masa anak-anak nilai-nilai penting dalam bisnis ditanamkan melalui permainan. Nilai-nilai kearifan lokal yang penting dalam membentuk jiwa bisnis dalam diri anak-anak, misalnya kejujuran, patuh pada aturan dan peran, melatih tanggung jawab, melatih jiwa kepemimpinan, kerjasama, kebersamaan, kekompakan, berani mengambil resiko, disiplin, keuletan, serta teguh dalam pendirian. Pada sebagian masyarakat Indonesia, nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik bisnis juga diwarnai oleh nilai-nilai religi. Sebagai warga negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, nilai-nilai Islam cukup mewarnai kearifan lokal dalam praktik bisnis. Sebagai misal nilai-nilai tentang riba, timbangan jual beli, pola hidup sederhana, tidak berlebihan, dan tidak melampaui batas, tidak berbuat kerusakan pada lingkungan sekitar, kewajiban zakat dan shadaqah, serta bekerjasama dalam usaha.⁴⁰

Dalam Pasar tradisional terdapat nilai-nilai luhur, kearifan lokal yang ditemukan di pasar tradisional. Misalnya, antara pedagang satu dengan pedagang lainnya bukanlah sebagai lawan/pesaing bisnis, tapi ibarat kawan atau saudara tempat berbagi banyak hal selagi mengais rezeki dari berjualan. Adanya toleransi, kerukunan, dan saling tolong menolong dalam hubungan tersebut. Ketika datang pelanggan mencari barang dan kebetulan stok habis, tak segan-segan sesama pedagang saling meminjam barang. Tak terlihat ada rasa iri, tapi justru saling memahami dan mengerti

⁴⁰ Andi Wijayanto, "Kearifan Lokal Dalam Praktik Bisnis Di Indonesia," *Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro*, 4.

dalam menyenangkan hati pelanggan. Di pasar tak sebatas jual-beli barang, tapi ada kepercayaan dan kejujuran yang dipelihara dalam hubungan pedagang dan pelanggan.

Dari pasar tradisional tersemayam benih-benih kepedulian yang menempatkan sisi kemanusiaan. Pasar tradisional sekaligus menjadi ruang budaya dalam mengekspresikan sisi emosional manusia, suka duka, senang-kecewa, hingga letupan kemarahan.⁴¹



⁴¹Rismanto, *Pasar Tradisional Menyimpan Kearifan Lokal*, 2017. Dalam <https://beringharjo-karangmojo.desa.id> Diakses pada tanggal 25 juni 2019 pukul 19.00



BAB III
PRAKTIK JUAL BELI DI PASAR TAMANSARI
SAMBIT PONOROGO

A. Paparan Data Umum

1. Sekilas tentang Desa Sambit

a. Sejarah Desa Sambit

Pada saat zaman kerajaan ada seorang pengembara yang mampir di suatu wilayah, masyarakat dengan spontan bingung karena tidak pernah kedatangan seorang pengembara yang singgah di tepi sungai yang tepatnya di bawah pohon Sambi dan pada saat itu orang tersebut kesambet (kemasukan roh halus), kemudian pengembara tersebut menanyakan tentang apa nama daerah tersebut namun sayangnya tidak ada yang mengetahui nama daerah tersebut. Akhirnya orang tersebut memberi daerah tersebut dengan nama Sambit yang merupakan penggabungan dari nama pohon Sambi dengan peristiwa kesambet tersebut. Dan ternyata orang tersebut adalah seorang *kholifah* (wali).

b. Kondisi Wilayah

Desa Sambit merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. Desa Sambit merupakan desa yang terletak pada 16 Km sebelah Tenggara dari pusat kota Ponorogo, batas-batas wilayah Desa Sambit adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Wilangan

Sebelah Selatan : Desa Maguwan

Sebelah Barat : Desa Coper

Sebelah Timur : Desa Besuki

Wilayah Desa Sambit merupakan dataran yang relatif subur untuk pertanian hal ini terbukti dengan banyaknya lahan pertanian dengan berbagai macam tanaman.

Jumlah penduduk di Desa Sambit sebanyak 2.196 jiwa. dengan rincian jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.850 jiwa dan perempuan sebanyak 1.111 jiwa.

c. Keadaan penduduk

Penduduk di Desa Sambit mayoritas berada dalam kelas ekonomi menengah ke bawah. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian petani. Jika tidak mempunyai lahan pertanian sendiri maka masyarakat berprofesi sebagai buruh tani. Mayoritas penduduk Desa Sambit mempunyai lahan sendiri untuk ditanami jagung ataupun padi. Ada juga yang berprofesi sebagai PNS, TKI maupun TKW ke luar negeri. Dari segi keagamaan di Desa Sambit mayoritas masyarakatnya beragama Islam, Akan tetapi ada juga yang sebagian kecil beragama Kristen. Dari lingkungan keorganisasian juga terdapat berbagai organisasi Islam yang berkembang di Desa Ssmbit, seperti NU, Muhammadiyah, LDII.¹

2. Kondisi Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

a. Sekilas tentang Pasar Tamansari

Pasar Tamansari ini beralamatkan di Jalan Raya Ponorogo-Trenggalek, RT 01 RW 01 Dukuh Tamansari, Desa Sambit, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo. Ruas jalan di depan Pasar Tamansari merupakan jalan lama dan sebagai jalan utama penghubung Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Trenggalek. Dimana ruas jalan tersebut merupakan jalan utama yang penting dengan volume lalu lintas yang sangat padat. Pasar Tamansari ini merupakan pasar daerah dengan luas wilayah 4.000 m². Dimana bagian luar pasar terdapat beberapa kios serta bagian dalamnya terdapat los yang digunakan untuk berdagang. Tata letak dalam pasar Tamansari sebagai berikut :

- 1) 300 unit los (luas per@ 3m x 3m = 9m²)
- 2) 40 unit kios (luas per@ 4m x 4m = 16m²)

Berdasarkan pendataan tahun 2018 jumlah pedagang di pasar Tamansari sejumlah 300 pedagang yang kesemuanya tersebut beragama

¹ “Sutomo, wawancara, 2 Juli 2019”

Islam. Pasar Tamansari merupakan Pasar Tradisional yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari. Para pedagang menjual seperti sembako, buah, daging, ikan, sayur-sayuran, pakaian, jajanan tradisional, tembakau, gerabah, hewan ternak, serta ada pula yang menawarkan jasa jahit sepatu, jahit baju, dan lain sebagainya. Para pedagang di pasar Tamansari menjadikan jual beli sebagai mata pencahariannya. Pasar ini buka setiap lima hari sekali, yakni pada hari pasaran Legi. Aktivitas jual beli tersebut berlangsung pada pagi hari mulai jam 06.00 sampai siang sekitar jam 12.00 WIB.

b. Struktur Kepengurusan

Pasar Tamansari merupakan asset yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo. Pengelolaan pasar Tamansari dilaksanakan oleh UPT Pasar Jetis, dimana UPT Pasar Jetis ini membawahi beberapa pasar yakni Pasar Wage Jetis, Pasar Pahing Jetis, Pasar Tamansari Sambit, dan Pasar Sawoo. UPT Pasar Jetis ini dibawah naungan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Ponorogo.

Struktur Kepengurusan UPT Pasar Jetis sebagai berikut:

1) Kepala : Margono Utomo, S.sos. MM

2) Staff : Sugiarto, S.sos.

Wahyu Buwono

Suprpto

Moh. Chojin

Doni Subiantoro

Marsun

Sistoyo

c. Sarana Prasarana

Sarana prasarana yang ada di Pasar Tamansari meliputi tempat parkir, 2 kamar mandi, tempat pengelolaan sampah, pos keamanan. Kamar mandi di dalam pasar dikenakan tarif Rp. 1000,- hal ini digunakan untuk membayar biaya penerangan dan biaya air serta biaya kebersihan. Sedangkan tarif parkir yang ada di luar pasar yang dikelola

oleh warga sekitar dengan mematok Rp. 1000,-. Hal ini dimaksudkan untuk menutup sebagian atau seluruh biaya pelayanan pasar, yang meliputi biaya keamanan, biaya administrasi, dan biaya operasional.²

B. Paparan Data Khusus

1. Praktik Jual Beli di Pasar Tamansari

Pasar merupakan tempat bertemunya Pedagang dan pembeli. Disana ada banyak pedagang dengan berbagai macam dagangan yang dijual, mulai dari kebutuhan pokok, pakaian, makanan, tembakau, dll. Praktik jual beli yang terjadi di pasar tamansari yakni para pedagang menunggu para pembeli lewat di depan lapaknya kemudian pedagang menawarkan barang dagangannya supaya dibeli oleh konsumen. Rata-rata pedagang mendapatkan barang dagangannya dari jalan yang halal, hal tersebut diungkapkan oleh pedagang yang telah diwawancarai penulis bahwasannya barang diperoleh dari tengkulak ataupun produsen. Ibu Nurul mengungkapkan barang dagangannya diperoleh dari produsen yang selalu mengirimkan barang dagangannya secara rutin. “Saya biasa langganan ke suatu produsen yang barangnya biasa diantar sampai ke rumah seminggu sekali.”³

Selain itu, Ibu Tri sebagai Pedagang sembako mengungkapkan bahwasannya barang yang diperoleh secara kulakan sendiri. “Saya biasanya kulakan di pasar Songgolangit untuk barang seperti bumbu masak, mie sedap, kecap. Kalau barang seperti beras, jajanan, masako, royco, ada sales langsung datang ke toko.”⁴ Dan Pedagang lainnya yang telah diwawancarai yakni Ibu Mutihar, Bapak Tomo, Ibu Winar mengungkapkan hal yang sama yakni barang diperoleh dari produsen yang sesuai dengan barang yang diperjualbelikan serta dengan cara dikirim. Sebagian lagi para pedagang yakni Ibu Sulis, ibu Siti, Ibu Sari melakukan pembelian secara langsung (kulakan) kepada produsen.

² “Margo, *Wawancara*, 14 Juni 2019”

³ “Nurul, *Wawancara*, 30 Juli 2019”

⁴ “Tri, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

Pedagang di pasar Tamansari memperlakukan pembeli secara baik dan ramah tamah. Ketika pembeli telah mendekati lapak, Pedagang kemudian mempersilahkan pembeli untuk melihat barang dagangan sembari menanyakan kepada pembeli barang apa yang hendak dibutuhkan. Setelah pembeli menjawab barang yang dibutuhkan maka pedagang bergegas mencarikan barang yang dibutuhkan pembeli. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Ibu Winar sebagai Pedagang Buah di pasar Tamansari. “Saya mempersilakan pembeli untuk melihat-lihat buah apa yang akan dibeli, kemudian saya berikan *tester* buah untuk di rasakan oleh pembeli, apabila pembeli cocok maka langsung saya timbangkan buah sesuai dengan keinginan pembeli. Terkadang dengan pembeli saya bertukar cerita juga supaya pembeli saya merasa nyaman.”⁵

Ibu Winar ini dapat dikatakan pedagang yang sangat ramah kepada pembelinya. Setiap orang yang membeli dagangannya selalu diajak cerita agar pembeli nyaman berada di lapaknya. Selain itu, seluruh pedagang di pasar Tamansari selalu menawarkan barang dagangannya ketika ada pembeli yang lewat di depan lapak mereka, salah satunya yaitu Ibu Sulis, beliau mengungkapkan. “Ya ditawarkan sewaktu ada orang lewat mencari baju model apa nanti saya lihatkan stok barangnya. Kalau ada barangnya ya saya ambilkan gitu.”⁶

Pembeli di pasar Tamansari juga mengungkapkan bahwasannya pedagang disana melayani pembeli yang datang dengan sangat baik, ramah tamah dan sopan, hal ini diungkapkan oleh Ibu Sri sebagai konsumen. “Pelayanannya bagus, karena para Pedagang disini ramah-ramah, akan tetapi juga tergantung dari sikap kita sendiri, jika terlalu sering menawar juga, nanti sikap Pedagang juga kurang menyenangkan.”⁷

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Narti. “Ramah tamah dan sopan kepada pembeli. Jika pada saat itu barang yang dicari pembeli

⁵ “Winar, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

⁶ “Sulis, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

⁷ “Sri, *Wawancara* 24 Juni 2019”

tidak ada malah menawarkan ke Pedagang yang lain bahwasannya barang yang saya cari ada di Pedagang lain.”⁸

Setelah pedagang mempersilahkan pembeli untuk mampir ke lapaknya, kemudian pembeli melihat-lihat barang tersebut apakah cocok di benak pembeli atau tidak. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kualitas barang yang dijual karena faktor ini akan menjadi salah satu penentu terjadinya jual beli. Sejumlah pedagang yang penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya barang yang mereka jual merupakan barang dengan kualitas yang baik. Salah satunya Ibu Winar yang berjualan buah di pasar Tamansari beliau mengungkapkan. “Insyaallah bagus mas, buah yang saya jual masih segar-segar. Karena saya tidak ingin pelanggan kecewa dengan buah yang saya jual.”⁹

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Bapak Tomo sebagai Pedagang plastik. “Walaupun saya tidak berjualan bahan pokok, tetapi saya tetap mengutamakan kualitas barang yang saya jual. Saya tidak ingin membuat kecewa pelanggan plastik saya, maka dari itu saya selalu memilih plastik dengan kualitas yang sangat bagus.”¹⁰

Keseluruhan pedagang seperti Ibu Nurul, Ibu Sulis, Ibu Tri, Ibu Siti, Ibu Sari, dan Bapak Karni mengungkapkan bahwasannya seluruh barang yang dijualnya berkualitas baik. Namun, berbeda dengan Ibu Mutihar yang bejualan tembakau. Beliau menyediakan berbagai macam kualitas tembakau, mulai dari kualitas yang biasa, sedang, dan kualitas yang bagus. Hal ini bertujuan supaya pembeli dapat memilih sendiri kualitas tembakau yang di sukainya. Karena setiap orang memiliki selera tembakau yang berbeda-beda. “Barang yang saya jual kualitas berbeda-beda, ada yang paling bagus, ada sedang, ada juga yang biasa. Karena kualitas tembakau ini dilihat dari rasanya. Kalau untuk pengawetannya

⁸ “Narti, *Wawancara*, 29 Juni 2019”

⁹ “Winar, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

¹⁰ “Tomo, *Wawancara* 19 Juni 2019”

saya memakai obat khusus sendiri semacam karbit, agar tidak rontok (*mreteli*).”¹¹

Faktor lain yang mendukung terjadinya jual beli yakni penjelasan mengenai kualitas barang yang dijual. Pedagang di Pasar Tamansari selalu menjelaskan mengenai kualitas barang dagangannya kepada pembeli. Salah satu Pedagang yakni Ibu Sulis mengungkapkan. “Saya selalu menjelaskan keunggulan barang dagangan saya agar pembeli terpengaruh untuk membeli dagangan saya.”

Begitupun dengan pedagang lain yang telah penulis wawancarai juga mengungkapkan bahwa mereka menjelaskan kualitas barang dagangannya agar pembeli mengetahui kualitas barang yang akan dibeli. Namun, Sejumlah pembeli mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan barang dengan kualitas yang kurang baik. Salah satunya keterangan dari Ibu Narti bahwa beliau mendapatkan kualitas bawang merah yang sudah diwadahi plastik dengan ukuran yang kecil-kecil. Beliau baru mengetahui hal tersebut ketika sampai di rumah. “Pernah, ketika itu saya membeli bawang merah yang sudah ada dalam kemasan plastik dengan berat satu kilo. Saat sampai di rumah setelah saya buka, ada beberapa bawang merah yang kualitasnya buruk dan ukurannya kecil-kecil.”¹²

Tidak jauh berbeda dengan Ibu Titin yang mendapati beberapa rumput ada di dalam untaian sayur yang dibelinya. Namun Ibu Titin memaklumi hal tersebut karena memang masih wajar. “Pernah, ketika saya membeli sayuran, ternyata ketika saya buka terdapat campuran rumput. Tapi saya memaklumi hal tersebut karena memang kan biasanya di sekeliling sayuran terdapat beberapa rumput liar yang tumbuh.”¹³

Apabila barang dirasa sesuai oleh pembeli maka terjadilah transaksi jual beli. Dan apabila barang tidak sesuai keinginan, maka pembeli membatalkan transaksi jual beli dan pedagang pun

¹¹ “Mutihar, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

¹² “Narti, *Wawancara*, 29 Juni 2019”

¹³ “Titin, *Wawancara*, 29 Juni 2019”

mempersilahkan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ibu Nurul sebagai Pedagang pakaian. “Ya, tidak apa-apa. Mungkin pembeli belum ingin membeli barang saya atau mungkin belum ada yang cocok.”¹⁴

Ibu Zulfa sebagai konsumen juga mengungkapkan bahwa beliau pernah mencoba baju dan ukurannya terbatas. Ternyata baju yang dicoba tersebut tidak muat, akhirnya Ibu Zulfa membatalkan transaksi jual beli dengan pedagang. “Pernah, ketika saya sudah mencoba baju dan ternyata pakaian yang saya inginkan ukurannya terbatas dan ketika dipakai tidak muat, dan saya pun mengembalikan baju tersebut dan tidak jadi membelinya.”¹⁵

Perihal tukar menukar barang dari adanya suatu permasalahan dalam proses jual beli merupakan hal yang lumrah. Akan ada saja konsumen yang komplain atau mengeluh terhadap kualitas barang yang kurang sesuai dengan harapan pembeli. Sebagai pedagang haruslah selalu menanggapi komplain dari para pelanggannya dan apabila tidak menanggapi komplain tersebut maka pembeli pasti akan merasa kecewa. Selain itu, komplain tersebut juga dapat dijadikan kritik membangun bagi pedagang agar lebih teliti dalam mengecek kualitas barang dagangannya. Sikap pedagang di Pasar Tamansari dalam menanggapi komplain dari pembeli selalu ditanggapi dengan baik. Hal ini terjadi pada Ibu Nurul, Ibu Sulis, Ibu Tri, Ibu Siti, dan Ibu Sari dalam menanggapi komplain dari pembeli dengan baik. Salah satu pedagang yakni Ibu Nurul mengungkapkan. “Selalu saya tanggap dengan baik, agar pembeli atau pelanggan saya tidak kecewa”¹⁶

Hal yang berbeda dialami oleh Ibu Mutihar, Ibu Winar, Bapak Tomo, Bapak Karni bahwasannya beliau tidak pernah ada pembelinya yang komplain. Ibu Mutihar mengungkapkan. “Kalau selama saya jualan di pasar kliwon ini belum ada, walaupun ada ya saya dengarkan dengan baik komplain dari pembeli. Kemudian saya menawarkan kepada pembeli

¹⁴ “Nurul, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

¹⁵ “Zulfa, *Wawancara* 24 Juni 2019”

¹⁶ “Nurul, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

atas komplain tersebut apakah mau diganti barang ataupun dikembalikan uangnya.”¹⁷

Adapun pembeli yang ingin menukar barang yang telah di beli, diperbolehkan oleh pedagang dengan catatan telah membuat kesepakatan sebelumnya antara kedua belah pihak. Hal ini diterapkan oleh Ibu Sulis mengungkapkan. “Tergantung, kalau membuat kesepakatan dahulu ya boleh saja tapi kalau tidak ada kesepakatan ya tidak boleh.”¹⁸

Namun, ada juga yang mengungkapkan bahwa jika ada yang ingin menukar barang karena tidak sesuai boleh ditukarkan tanpa kesepakatan terlebih dahulu yang terpenting barang yang akan ditukarkan masih ada stoknya. Jika stok sudah habis ataupun belum datang, biasanya saya ganti dengan uang sejumlah harga barang yang akan ditukar. Hal ini diterapkan oleh Ibu Nurul, dan Ibu Mutihar. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Mutihar “Ya kalau ada boleh saja ditukar. Kalau tidak ada saya kembalikan uangnya atau saya ganti dengan rasa yang hampir sama dengan jenis tembakau yang lain.”¹⁹

Namun, berbeda dengan Bapak Tomo Pedagang plastik yang mengungkapkan bahwasannya boleh menukar barang dengan syarat barang belum mengalami kerusakan, karena apabila barang yang ditukar sudah dalam keadan rusak maka tidak akan laku jika dijual kembali. “Boleh saja asalkan kemasan plastik tidak rusak. Kalau kemasan rusak ya saya rugi. Karena jika tetap ditukarkan ketika kemasan rusak nanti pembeli yang lain tidak mau membeli plastik tersebut.”²⁰

Sebagian pedagang lagi yakni Ibu Winar, Ibu Tri, Ibu Siti, Ibu Sari, dan Bapak Karni, mengungkapkan bahwasannya tidak pernah ada pembeli yang menukarkan barang. Hal tersebut dikarenakan barang yang dijual merupakan barang kebutuhan pokok dan para pembeli sudah mengetahui secara langsung kualitas barang yang dijual oleh pedagang. Ibu Sari

¹⁷ “Mutihar, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

¹⁸ “Sulis, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

¹⁹ “Mutihar, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

²⁰ “Tomo, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

mengungkapkan. “Tidak pernah ada yang menukar barang karena pembeli sudah tau kualitas daging yang saya jual.”²¹

Selanjutnya, mengenai takaran yang digunakan oleh pedagang di pasar Tamansari adalah menggunakan takaran timbangan. Hanya saja untuk Pedagang tembakau dan Pedagang ayam jawa hidup, untuk jual beli tembakau menggunakan takaran *tampang* dan takaran timbangan. Ibu Mutihar mengungkapkan, “Takarannya sesuai dengan timbangan dan ada juga yang takarannya tampangan. Ya ada yang membeli dengan jumlah 1 ons, setengah ons, dan ada yang satu kilo, bahkan ada juga yang membeli sebanyak satu kwintal.”²²

Sedangkan untuk Pedagang ayam jawa hidup Bapak Karni tidak menggunakan takaran timbangan, hanya tergantung besar kecilnya badan ayam. “Untuk takaran tidak memakai, akan tetapi dilihat dari ukuran badan ayam dan besar kecilnya ayam.”²³

Untuk Pedagang sembako, Pedagang plastik dan Pedagang daging, dan pedagang buah menggunakan takaran timbangan seperti pada umumnya yang digunakan para pedagang dengan satuan kilogram seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sari. “Dengan sistem timbangan kiloan, Kalau saya menimbanginya dengan timbangan yang mantap (pas) agar pembeli merasa puas dengan takaran saya. dan kalau terlalu ringan nanti para pembeli kecewa dan tidak mau membeli lagi. Hal ini disebabkan karena ayam mengandung banyak air.”²⁴

Sedangkan untuk Pedagang plastik hampir sama menggunakan takaran tersebut hanya saja bedanya ada beberapa plastik yang memang sudah bertali yang berisi 10 *pack* plastik per plastik. Namun, ada juga pembeli yang meminta plastik kiloan. “Takarannya sesuai keinginan

²¹“Sari, Wawancara, 24 Juni 2019”

²²“Mutihar, Wawancara, 30 Mei 2019”

²³“Karni, Wawancara, 24 Juni 2019”

²⁴ “Sari, Wawancara, 24 Juni 2019”

pembeli. Ada yang satu kiloan, dua kilo, dan ada juga yang sudah bertali. Biasanya satu tali plastik berisi 10 pack plastik.”²⁵

Konsumen di pasar Tamansari mengungkapkan bahwa ada beberapa hal yang pernah dialami terkait takaran yang tidak sesuai saat membeli barang di pasar Tamansari. Salah satunya Ibu Zulfa, pada saat itu membeli beras seberat 5 kg sesampainya di rumah Ibu Zulfa baru mengetahui bahwasannya berat beras tersebut kurang dari 5kg. “Pernah, ketika membeli beras dengan takaran 5 kg dan sesampai di rumah saya iseng-iseng untuk menimbangya kembali, dan timbangannya kurang 1 ons.”²⁶

Komponen terakhir di dalam praktik jual beli yaitu praktik *ikhtikar*. Di pasar Tamansari praktik *ikhtikar* ini tidak ditemukan oleh penulis karena sebagian pedagang mengungkapkan bahwasannya tidak pernah menimbun barang untuk dijual pada saat harga barang naik. Pedagang pada umumnya memang selalu mempunyai stok barang yang banyak tapi bukan untuk penimbunan barang. Salah satu pedagang mengungkapkan bahwasannya jika menimbun barang yang ditakutkan apabila sudah telanjur menimbun dan suatu saat harga turun maka pedagang akan rugi. Namun, saat mempunyai stok barang banyak dan kebetulan harga naik itu merupakan kebetulan dan menjadi untung bagi pedagang. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Siti sebagai Pedagang sayur “Kalau niatan untuk menimbun itu tidak ada karena saya khawatir jika suatu saat harga turun kan saya jadi rugi. Tapi saya juga pernah mengalami saat harga barang naik dan kebetulan saya mempunyai stok barang yang cukup banyak, jadi saya mendapat untung yang lumayan.”²⁷

Berbeda dengan Pedagang daging ayam yang membeli ayam hidup saat harga sedang murah yang kemudian dipelihara terlebih dahulu agar ayam menjadi besar. Namun sembari menunggu ayam besar sebagian juga dijual. Ibu Sari mengungkapkan “Ya kalau harga ayam sedang murah, saya

²⁵ “Tomo, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

²⁶ “Zulfa, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

²⁷ “Siti, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

beli banyak dan saya pelihara terlebih dahulu sembari menunggu ayam menjadi besar dan sebagian dijual.”²⁸

Berdasarkan hasil data tersebut praktik jual beli di pasar Tamansari dapat diketahui bahwasannya pedagang memperoleh barang yang dijual dengan cara yang baik yakni dengan cara kulakan langsung ke produsen ataupun ada juga yang rutin dikirim oleh produsen. Pedagang di pasar Tamansari memperlakukan pembeli secara baik dan ramah tamah. Ketika pembeli telah mendekati lapak, Pedagang kemudian mempersilahkan pembeli untuk melihat barang dagangan sembari menanyakan kepada pembeli barang apa yang hendak dibutuhkan. Setelah pembeli menjawab barang yang dibutuhkan maka pedagang bergegas mencarikan barang yang dibutuhkan pembeli.

Sedangkan kualitas barang yang dijual oleh pedagang yang telah diwawancarai mengungkapkan bahwa selalu menggunakan barang dengan kualitas yang baik. Namun, berbeda dengan ungkapan sejumlah pembeli yang telah diwawancarai bahwasannya pernah mendapatkan barang dengan kualitas yang kurang baik dan terdapat pencampuran antara barang baik dan barang jelek.

Sebagian pedagang yang telah penulis wawancarai memberlakukan hak untuk menukar atau mengembalikan barang kepada pembeli jika tidak ada kecocokan sesampai di rumah atau adanya kerusakan pada barang, agar kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Mengenai takaran yang digunakan oleh sejumlah pedagang menggunakan takaran timbangan. Namun, konsumen di pasar Tamansari mengungkapkan bahwa ada beberapa hal yang pernah dialami mengenai takaran yang tidak sesuai saat membeli barang di pasar Tamansari yakni adanya kekurangan takaran yang tidak genap dengan berat yang dibeli.

Praktik *ikhtikar* oleh pedagang di pasar Tamansari tidak dilakukan. Pedagang yang telah penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya tidak pernah menimbun barang untuk dijual pada saat harga barang naik.

²⁸Sari, Wawancara, 24 Juni 2019”

Pedagang pada umumnya memang selalu mempunyai stok barang yang banyak tapi bukan untuk penimbunan barang. Salah satu pedagang mengungkapkan bahwasannya jika menimbun barang yang ditakutkan apabila sudah telanjur menimbun dan suatu saat harga turun maka pedagang akan rugi. Namun, saat mempunyai stok barang banyak dan kebetulan harga naik itu merupakan kebetulan dan menjadi untung bagi pedagang.

2. Mekanisme Pola Pembentukan Harga di Pasar Tamansari

Pembentukan harga merupakan sesuatu yang sering dilakukan oleh pedagang dan pembeli di pasar. Pembentukan harga yang dimaksud disini adalah memberikan nilai suatu barang dengan kesepakatan antara kedua belah pihak yakni pedagang dan pembeli. Namun, yang sering menentukan harga adalah pedagang kemudian pihak pembeli melakukan penawaran harga agar terjadi kesepakatan harga. Secara umum pola dalam pembentukan harga dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan, serta biaya yang digunakan untuk memproduksi atau pengadaan suatu barang.

Dalam hal cara menetapkan harga jual barang, pada umumnya para pedagang di pasar Tamansari menetapkan harga yang berlaku di pasaran atau harga yang sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lain dengan jenis dagangan yang sama. Serta keseluruhan pedagang menggunakan sistem tawar menawar. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Siti bahwasannya beliau menetapkan harga sayuran dengan harga yang ditentukan oleh kedua belah pihak. Alasan beliau menggunakan pembentukan harga dengan tawar menawar karena dapat memberikan kepuasan bagi pembeli. dan harga sesama Pedagang sayuran pun relatif sama.

Untuk sayuran menggunakan harga tawar menawar mas. Saya menawarkan harga kepada pembeli, kemudian pembeli menentukan berapa harga yang diinginkan, hal seperti ini menurut saya bisa memberikan kepuasan bagi pembeli karena pembeli bisa

mendapat harga yang diinginkan. Apabila harga telah saya sepakati dan pembeli juga sepakat maka saya berikan sayurannya. Namun terkadang harga sayuran mengalami kenaikan yaitu pada saat barang susah didapatkan. Untuk harganya disamakan dengan sesama penjual sayuran dan jika saya menetapkan harga yang lebih tinggi maka sayuran saya tidak laku. Kecuali ketika ada konsumen pengecer yang membeli barang dalam jumlah banyak saya berikan harga yang berbeda agar konsumen tersebut bisa menentukan harga jual yang sama dengan saya.²⁹

Pembentukan harga yang digunakan oleh ibu Siti ini sama dengan para pedagang yang lain yakni Ibu Tri sebagai Pedagang sembako, Ibu Winar sebagai Pedagang buah, Ibu Mutihar sebagai Pedagang tembakau dan Bapak Tomo sebagai Pedagang plastik. Ibu Tri mengungkapkan untuk pengecer yang membeli dalam jumlah yang banyak untuk dijual kembali diberikan harga yang berbeda dari konsumen biasa.

Harganya mengikuti harga pasaran bahan makanan pokok. Kalau tidak sama dengan yang lain kan dagangan saya tidak ada membeli. Dan kalau ada pembeli yang ingin menjual kembali saya mengambil laba yang sedikit karena pembeliannya banyak. Dan mendapat harga yang lebih murah lagi, agar pembeli tersebut dapat mengambil keuntungan ketika barang yang dijualnya laku dan harganya standar dengan harga pasaran yang berlaku.³⁰

Ibu Winar juga mengungkapkan “Saya menetapkan dengan tawar menawar dan harga buah tersebut merupakan harga yang umum di pasaran. Dan pastinya disesuaikan dengan kualitas barang, ada pepatah jawa yang menjadi pegangan saya *rego gowo rupo*”³¹

Dengan adanya tawar menawar, pembeli dapat ikut serta dalam pembentukan harga, sehingga antara kedua belah pihak saling diuntungkan. Pembeli mendapatkan celah harga yang ditawarkan

²⁹ “Siti, Wawancara, 19 Juni 2019”

³⁰ “Tri, Wawancara, 19 Juni 2019”

³¹ “Winar, Wawancara, 19 Juni 2019”

pedagang, dan pedagang pun masih mendapatkan laba dan barang yang dijualnya pun laku. Berbeda dengan harga yang pas, pembeli tidak dapat mengubah harga atau menawar harga yang telah ditetapkan Pedagang. Selain itu, harga harus sesuai dengan kualitas barang.

Ibu Nurul dan Ibu Sulis mengungkapkan bahwasanya beliau menawarkan harga tinggi yang telah ditetapkan oleh pedagang. Kemudian pembeli menawar harga yang diinginkan dari harga yang telah disebutkan oleh pedagang. Apabila harga yang ditawarkan pembeli disepakati oleh pedagang maka terjadilah transaksi jual beli. Harga yang didapatkan pembeli tidak sama karena hal tersebut tergantung dengan kemampuan pembeli dalam menawar harga barang seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nurul

Dengan cara tawar menawar, jika harga yang ditawarkan telah disepakati, maka barang saya berikan dengan harga penawaran tersebut. Hal ini juga tergantung dengan kemampuan pembeli dalam menawar. Namun, jika pembeli tidak pandai menawar maka harga yang didapatkan pembeli ya harga yang saya sebutkan di awal. Jadi, harga jual barang yang sama bisa berbeda karena tergantung dari pembeli itu sendiri dalam menawar.³²

Sedangkan Ibu Sari menetapkan harga dengan sistem tawar menawar juga namun yang membedakan dengan Ibu Nurul yaitu selisih harga tawar dari harga yang disebutkan oleh Pedagang. Jika daging hanya berselisih harga 1000 - 2000 saja “Disini biasanya menggunakan tawar menawar tetapi berbeda dengan tawar menawar yang ada di Pedagang baju yang penawarannya separuh harga. Kalau daging ayam ya biasanya ditawarkan dengan selisih harga 1.000 sampai 2.000.”³³

Bapak Karni juga mengungkapkan hal yang serupa dengan Ibu Nurul dan Ibu Sari bahwasannya menggunakan sistem tawar menawar “Mengikuti harga pasaran Ayam saja yang berlaku di pasar. Kalau tidak

³²“Nurul, Wawancara 30 Mei 2019”

³³“Sari, Wawancara , 24 Juni 2019”

ikut harga pasaran nanti tidak laku. Tapi ya tetap saja ada orang yang menawar nanti ya tinggal kesepakatan harganya saja.”³⁴

Dapat diketahui bahwasannya di pasar Tamansari menggunakan sistem pembentukan harga sesuai yang berlaku di pasaran dengan sistem tawar menawar. dengan tawar menawar pembeli mendapatkan celah harga yang ditawarkan pedagang, dan pedagang pun masih mendapatkan laba dan barang yang dijualnya pun laku. Di dalam proses tawar menawar pastilah berakhir dengan harga yang berbeda. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan harga yang didapatkan oleh pembeli. Sejumlah pembeli yang telah penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan perbedaan harga dengan pembeli yang lain. Seperti yang dialami oleh Ibu Zulfa saat membeli bawang merah di salah satu pedagang pasar Tamansari dengan harga 20.000 sedangkan temannya mendapat harga 18.000 “Pernah, ketika membeli bawang merah, saya mendapat harga perkilo 20 ribu dengan kualitas bagus, sedangkan teman saya membeli bawang merah di lapak yang sama mendapat harga 18 ribu perkilo dengan kualitas yang sama.”³⁵

Hal serupa juga dialami oleh Ibu Narti pada saat membeli daging ayam. Ibu Narti mendapatkan harga 17.000 dan tetangganya mendapatkan harga 15.000 “Pernah karena saya tidak pintar menawar. Tetangga saya terkadang mendapat harga Rp.15.000 dan saya mendapatkan harga Rp.17.000 ketika pembelian daging ayam.”³⁶

Namun Ibu Sri dan Ibu Ita mengungkapkan bahwasannya tidak pernah mendapatkan harga yang berbeda karena rata-rata harga yang didapatkan sama saja “Tidak pernah, karena rata-rata harga yang saya dapatkan di pasar ini sama aja.”³⁷

Pedagang yang telah diwawancarai penulis tidak memberikan harga yang berbeda-beda kepada pembeli kecuali pada saat tawar menawar

³⁴“Karni, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

³⁵ “Zulfa, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

³⁶ “Narti, *Wawancara* 29 Juni 2019”

³⁷ “Ita, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

memang setiap orang akan mendapat kesepakatan harga yang berbeda-beda. Proses pembentukan harga melalui tawar-menawar sering terjadi di pasar Tamansari akan tetapi di dalam transaksi ada beberapa pedagang yang penulis wawancarai melakukan tindakan menaikkan harga apabila barang yang mereka jual stoknya sedikit dan permintaan dari pembeli meningkat dan juga dalam keadaan barang langka. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nurul yang menaikkan harga barang ketika hari raya karena jumlah pembeli yang meningkat secara drastis “Biasanya saya naikkan harganya. Misal ya saat hari raya seperti ini harganya saya naikkan 10.000 sampai 15.000 karena stok barangnya menipis dan jumlah pembeli disaat seperti ini mengalami kenaikan yang lumayan tinggi.”³⁸

Hal tersebut seperti menjadi tradisi untuk menaikkan harga barang ketika mendekati hari raya ataupun hari besar lainnya. Hal ini dikarenakan jumlah barang sedikit namun jumlah pembeli meningkat. Hal serupa juga dialami oleh Ibu Tri yang berprofesi sebagai Pedagang sembako juga mengungkapkan pernah menaikkan harga cabe pada saat terjadinya kelangkaan cabe yang disebabkan gagal panen.

Kalau permintaan naik, dan barang terbatas ya harganya saya naikkan. Karena itu merupakan kesempatan saya untuk mendapat laba yang lebih banyak. Namun, itu hanya berlaku di beberapa barang saja seperti kemarin itu saat harga cabe merah mengalami kenaikan, hal itu dikarenakan banyak petani yang gagal panen dan cabe pun sulit didapatkan. Sedangkan jumlah permintaan konsumen tinggi, Saya pun mencari cabe kesana-kesini yang pastinya membutuhkan uang untuk transportasi. Maka dari itu harganya saya naikkan agar saya tidak mengalami kerugian, namun harga yang saya naikkan tersebut standar dengan pedagang sembako yang lain.³⁹

³⁸ “Nurul, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

³⁹ “Tri, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

Hal berbeda diterapkan oleh ibu Mutihar, dan ibu Winar walaupun jumlah permintaan barang lebih banyak dibanding persediaan barang harganya tetap saja. Ibu Mutihar mengungkapkan “Jarang kalau harga naik, soalnya harga tembakau relatif stabil.”⁴⁰

Ibu Winar sebagai penjual buah juga mengungkapkan “Harganya saya samakan saja, yang terpenting dari produsen harganya tidak naik. Kalau naik, ya saya naikkan harganya.”⁴¹

Namun kenaikan harga untuk pengepul ayam jawa didasarkan pada jenis ayamnya. Jika ayam petarung yang sering memenangkan suatu pertarungan maka harganya akan mengalami kenaikan karena banyaknya peminat yang akan membeli ayam tersebut.

Bapak Karni mengungkapkan. “Saya naikkan harganya. Hal ini terjadi pada ayam jenis petarung/BK. Semakin ayamnya sering menang dalam pertarungan, maka peminatnya banyak, otomatis saya naikkan harganya.”⁴²

Penetapan harga ketika barang langka merupakan hal yang wajar dilakukan oleh pedagang dikarenakan sulitnya mendapatkan stok barang langka tersebut. Apalagi barang tersebut sudah menjadi kebutuhan pokok bagi pembeli dan setiap hari pasti dibutuhkan, maka tidak sedikit pedagang di pasar Tamansari melakukan penambahan harga. Apabila barang dalam jumlah sedikit, maka tidak heran apabila harga barang dinaikkan oleh pedagang dari harga normal. Dari keterangan yang didapat dari hasil wawancara yakni beberapa Pedagang yang telah penulis wawancarai bahwasannya harga akan berubah manakala barang tersebut langka karena sulitnya mendapatkan barang atau terjadi ketika pedagang memanfaatkan momen-momen seperti hari raya atau hari besar demi mendapat keuntungan yang besar.

⁴⁰ “Mutihar, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

⁴¹ “Winar, *Wawancara* 19 Juni 2019”

⁴² “Karni, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

Dari hasil wawancara dengan Pedagang, penulis juga mewawancarai kepada pembeli terkait dengan kenaikan harga. Ibu Zulfa mengungkapkan. Bahwasannya beliau pernah mengalami pembelian ketika harga barang yang akan di beli mengalami kenaikan. “Pernah, harganya mahal, pada saat itu terjadi kelangkaan cabe, karena petani gagal panen, harganya ya mahal mas. Namun pedagang telah memberitahu terlebih dahulu ketika saya lewat di depan lapaknya bahwasannya harga cabai naik”⁴³

Hal serupa juga pernah dialami oleh Ibu Titin, beliau mengungkapkan bahwasannya harga barang (mukena) saat akan lebaran mengalami kenaikan harga.

Pernah, harganya juga beda dengan biasanya, ya mungkin ketika itu saya membeli mukena saat akan Idul Fitri, padahal harga mukena pada hari biasa Rp. 100.000 dan itu sudah saya tawar. Pada saat saya membeli pada waktu akan hari raya, Pedagang menawarkan mukena dengan harga Rp. 150.000 dan berhasil saya tawar dengan harga kesepakatan Rp. 130.000.⁴⁴

Selain itu, dalam hal pedagang memberikan harga manakala yang membeli adalah kerabat pedagang sendiri harganya sama saja dengan pembeli yang lain. Keseluruhan pedagang yang telah penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya tidak membeda-bedakan antara pembeli yang masih kerabat dengan pembeli yang lain. Salah satu pedagang yakni ibu Sari mengungkapkan “Sama saja mas. Prinsip saya bisnis ya bisnis, dulur ya dulur.”⁴⁵

Hal tersebut juga dikuatkan oleh ungkapan pembeli, yakni ibu Ita bahwasannya ketika membeli barang kepada pedagang yang masih kerabatnya, harganya tetap saja, namun terkadang tidak diperbolehkan oleh pedagang tersebut untuk membayarnya “Harganya sama saja, tetapi

⁴³“Zulfa, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

⁴⁴“Titin, *Wawancara*, 29 Juni 2019”

⁴⁵“Sari, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

terkadang saya tidak diperbolehkan membayar. Jadi barang diberikan begitu saja kepada saya.”⁴⁶

Dari pemaparan data di atas dapat diketahui bahwa pembentukan harga di pasar Tamansari menggunakan sistem tawar menawar. Pada sistem ini kesepakatan harga ditentukan antara pedagang dan pembeli, setelah terjadi proses tawar menawar akan menghasilkan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak. Di dalam proses tawar menawar pastilah berakhir dengan harga yang berbeda. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan harga yang didapatkan oleh pembeli. Namun, pedagang yang telah diwawancarai penulis tidak memberikan harga yang berbeda-beda kepada pembeli kecuali pada saat tawar menawar memang setiap orang akan mendapat kesepakatan harga yang berbeda-beda.

Di dalam transaksi dengan sistem tawar menawar ada beberapa pedagang yang penulis wawancarai melakukan tindakan menaikkan harga apabila barang yang mereka jual langka serta ketika stok barang sedikit sedangkan minat beli konsumen tinggi. Para Pedagang memanfaatkan kesempatan dan situasi tersebut untuk menaikkan harga dari harga barang normal menjadi tidak normal yang disebabkan oleh pedagang yang ingin mendapatkan keuntungan yang besar serta sulitnya dalam memperoleh barang tersebut. Secara umum perbuatan tersebut merupakan hal yang biasa dilakukan oleh Pedagang. Selain mendapatkan keuntungan besar, pedagang tidak akan mendapatkan kesempatan yang sama setiap harinya atau hanya pada waktu tertentu saja. Hal tersebut biasanya terjadi pada saat mendekati hari raya, dan juga saat kelangkaan barang akibat gagal panen ataupun pada saat-saat tertentu. Selain itu, para pedagang tidak menerapkan perbedaan harga kepada para pembeli yang masih ada hubungan kerabat.

⁴⁶“Ita, *Wawancara*, 24 Juni 2019”

3. Kearifan Lokal di Pasar Tamansari

Kearifan atau kebijaksanaan (*wisdom*) tersebut muncul bisa jadi karena pengalaman yang selama ini terjadi dan yang telah menjadikannya sebagai jawaban dan solusi terhadap masalah yang dihadapinya. Faktor keterlibatan para pendahulu, nenek moyang yang mewariskan tradisi tersebut kepada generasi berikutnya menjadi sangat penting bagi terjaganya kearifan tersebut.⁴⁷ Konsep kearifan lokal muncul melalui proses internalisasi yang panjang dan berlangsung turun temurun dan dilakukan secara terus menerus antara manusia dengan lingkungannya. Kearifan lokal yang dapat dipahami yakni sebagai sesuatu yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai yang tertanam dan diikuti oleh warga masyarakatnya di tempat tersebut.⁴⁸

Dibalik adanya percampuran bahan yang terjadi, adanya takaran yang kurang sesuai, adanya pembentukan harga secara tawar-menawar yang mengakibatkan perbedaan harga antara pembeli satu dengan lainnya, adanya kenaikan harga pada saat hari besar, dan adanya naik turun harga yang tidak menentu, di pasar Tamansari mempunyai sisi kearifan lokal yang memang masih ada nilai-nilai luhur sampai saat ini.

Di pasar Tamansari penulis dapat melihat Para pedagang menawarkan barang ke orang lain dengan penuh keakraban. Logat khas orang Jawa dengan ringan menawarkan aneka barang yang dijualnya. Dan mereka selalu menyapa setiap orang yang berjalan di depan lapaknya dengan sangat hangat. Mungkin hal ini sudah menjadi tradisi masyarakat pedesaan dengan budaya saling bersapa saat saling berpapasan. Dengan keramah tamahannya ini mendorong tumbuhnya simpati sehingga dengan mudah dapat mengambil hati pihak pembeli karena pembeli merasa diperhatikan dan diposisikan lebih utama. Posisi inilah yang harus dilatih

⁴⁷ Abdul Hakim, "Kearifan Lokal Dalam Ekonomi Islam," *Akademika*, volume 8 nomor 1 (2014), 66-67.

⁴⁸ Arisius Yustesia, "Konsep Kearifan Lokal Barifola Dan Implementasi Pada Pendidikan Abad I", Makalah Seminar Nasional Universitas Negeri Malang "Transformasi Pembelajaran Ilmu Sosial Abad 21 Yang Inovatif, Kreatif Dan Berbasis Kearifan Lokal, 2 Mei 2017,9.

dan ditumbuhkembangkan pada calon pelanggan yang baru. Seperti halnya yang dilakukan oleh Winar sebagai pedagang buah yang memperlakukan pembelinya dengan keramah-tamahan. “Saya mempersilakan pembeli untuk melihat-lihat buah apa yang akan dibeli, kemudian saya berikan tester buah untuk di rasakan oleh pembeli, apabila pembeli cocok maka langsung saya timbangkan buah sesuai dengan keinginan pembeli. Terkadang dengan pembeli saya bertukar cerita juga supaya pembeli saya merasa nyaman.”⁴⁹

Begitu pula Bapak Tomo sebagai penjual plastik yang memperlakukan pembelinya dengan baik “Ketika pembeli datang saya tanya-tanya mau beli apa, kemudian saya ambilkan sesuai apa yang diperlukan atau yang dipesan pembeli. Jika kondisi lapak ramai, ya saya layani satu persatu, Alhamdulillah para pembeli sabar menanti untuk dilayani.”⁵⁰

Di pasar Tamansari antara pedagang satu dengan lainnya bukan sebagai lawan atau pesaingnya. Namun ibarat kawan atau saudara yang menjadi tempat berbagi banyak hal selagi mengais rezeki dan saat berjualan. Adanya toleransi, kerukunan, dan saling tolong – menolong dalam hubungan tersebut. Ketika terdapat pelanggan ataupun pembeli mencari barang dan kebetulan stok barang habis, tak segan-segan sesama pedagang saling meminjam barang. Tak terlihat ada rasa iri, tapi justru saling memahami dan mengerti dalam menyenangkan hati pelanggannya.

Di pasar Tamansari tidak hanya sebatas jual beli barang, tetapi terdapat nilai-nilai luhur dalam hubungan antara pedagang dengan pembeli dan antar sesama pedagang. Ibu Narti sebagai konsumen pasar Tamansari mengungkapkan bahwasannya pedagang di pasar Tamansari melayani pelanggan atau pembeli dengan ramah tamah, sopan santun bahkan jika barang yang dicari tidak ada, pedagang menawarkan pembelinya untuk ke lapak lain yang menjual barang yang sedang dibutuhkan. “Ramah tamah

⁴⁹“Winar, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

⁵⁰ “Tomo, *Wawancara*, 19 Juni 2019”

dan sopan kepada pembeli. Jika pada saat itu barang yang dicari pembeli tidak ada malah menawarkan ke Pedagang yang lain bahwasannya barang yang saya cari ada di Pedagang lain.”⁵¹

Selain itu Ibu Nurul juga mengungkapkan bahwasannya apabila barang yang sedang dicari pembeli habis beliau menyarankan pembeli untuk ke lapak temannya. “Kalau ada yang lewat di depan lapak gini ya saya tawari lalu saya persilakan untuk lihat-lihat dulu. Nanti kalau tidak jadi ya tidak apa-apa. Apabila barang yang dicari sedang habis biasanya saya tawarkan untuk ke lapak teman saya atau biasanya saya ambilkan dan pembeli menunggu di lapak saya.”⁵²

Hal ini menunjukkan adanya nilai-nilai kepedulian yang menempatkan sisi kemanusiaan di dalamnya. Selain itu, harga di pasar Tamansari dapat ditawar, jika ada barang yang tidak jadi dibeli dapat dikembalikan. Di pasar Tamansari tidak sebatas transaksi jual beli, tetapi ada ruang komunikasi budaya lewat tawar menawar harga. Ada kesepakatan antara pedagang dan pembeli.

⁵¹“Narti, *Wawancara* 29 Juni 2019”

⁵²“Nurul, *Wawancara*, 30 Mei 2019”

BAB IV
ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
JUAL BELI DI PASAR TAMANSARI SAMBIT
PONOROGO

A. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.¹ Di dalam kegiatan atau praktik jual beli terdapat syarat dan rukun agar praktik tersebut dikatakan sah:

1. Para pihak yang bertransaksi (orang berakad), yaitu pedagang dan pembeli harus memenuhi syarat-syarat berikut, yaitu baligh, berakal, dan melakukan akad atas kehendak sendiri
2. Adanya ijab qabul, syarat yang harus terpenuhi ialah:
 - a) Tidak ada yang memisahkan, pembeli jangan diam setelah pedagang menyatakan ijab, begitupun sebaliknya.
 - b) Tidak boleh diselingi dengan kata-kata lain antara ijab qabul.
 - c) Adanya kesesuaian ijab qabul dengan harga barang yang dijualbelikan.
3. Benda atau barang yang dijualbelikan harus memenuhi hal-hal berikut: ²
 - a) Suci atau mungkin disucikan.
 - b) Memberi manfaat menurut *syara'*.
 - c) Tidak dibatasi waktunya.
 - d) Dapat diserahkan.
 - e) Milik sendiri.

¹Qomarul, *Fiqh Mu'amalah*, 52.

² Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011),

- f) Barang diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran yang lainnya.

Dapat diketahui dari data yang diperoleh penulis bahwasannya praktik jual beli di Pasar Tamansari sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli. Hal tersebut dibuktikan pada saat penulis melakukan observasi di Pasar Tamansari terjadi akad antar pedagang dan pembeli. Untuk ijab qabul yang terjadi memang dilakukan dengan cara tidak formal, hanya sebatas pedagang dan pembeli sama-sama menyetujui terhadap harga barang yang akan dibeli tetapi ijab qabul tersebut sudah dapat dikatakan sah. Selain itu, barang yang diperjual belikan di Pasar Tamansari juga jelas dapat memberikan manfaat, dapat diserahkan, milik sendiri yang diperoleh dari produsen masing-masing jenis barang, dan barang diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran yang lainnya. Sedangkan rukun jual beli di Pasar Tamansari sudah memenuhi empat indikator yang telah ditetapkan oleh jumbuh ulama yaitu, adanya pedagang, pembeli, ijab qabul dan barang atau benda.

Etika berlaku dalam seluruh kegiatan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual beli. Di dalam kegiatan atau praktik jual beli terdapat suatu etika tersendiri yang mengatur bagaimana seharusnya kegiatan jual beli itu dilaksanakan. Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.³ Berdasarkan data yang telah penulis peroleh dari lapangan yakni mengenai praktik jual beli di Pasar Tamansari, dalam pelaksanaannya sama dengan yang terjadi di pasar-pasar lainnya, yakni pedagang menawarkan barang dagangannya dan pembeli membelinya dengan memberikan sejumlah uang yang telah disepakati oleh kedua belah pihak melalui proses tawar menawar. Namun yang dipermasalahkan dalam penelitian ini yakni ada beberapa pembeli yang mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kecurangan dari pihak pedagang, seperti

³ Idri, *Hadis Ekonomi*, 326

takaran yang tidak sesuai, adanya pencampuran kualitas barang yang dijual antara kualitas bagus dan kualitas biasa.

Dari permasalahan tersebut, penulis akan menganalisis praktik jual beli yang terjadi di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

1. Ditinjau dari prinsip kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ini merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal islam, konsep ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim. Dengan adanya konsep ini, seorang muslim dalam menjalankan bisnis harus berpegang teguh pada etika Islam karena jika melakukan sesuatu yang tidak sesuai etika, ia akan takut pada Allah.⁴ Setiap individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa di terapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial.⁵

Dalam praktik jual beli di pasar Tamansari ditinjau dengan prinsip kesatuan ini kebanyakan pedagang telah menerapkan prinsip kesatuan, karena dalam melayani pembeli tidak ada yang membeda-bedakan, semua pedagang memperlakukan semua pembeli yang lewat di depan lapaknya ditawarkan, dipersilahkan, dan diberikan kebebasan dalam memilih barang. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang di Tamansari telah menerapkan prinsip kesatuan dalam praktik jual beli dengan tidak mendiskriminasikan pembeli mereka berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin ataupun umur.

2. Ditinjau dari prinsip Keseimbangan

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, 28.

⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.⁶

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan RasulNya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.⁷

Dalam pelaksanaan jual beli yang terdapat di Pasar Tamansari, masih terdapat pedagang yang melakukan kecurangan dalam takaran barang yang dijual. Hal tersebut terbukti dari kesaksian pembeli yakni Ibu

⁶ Ya'ti Ikhwani Nasution, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Medan, At-Tawasusuth, Volume IV, No. 1, 2019, 189.*

⁷ *Ibid.*

Narti dan Ibu Zulfa yang setelah melakukan pembelian kemudian sesampai di rumah, barang tersebut beliau takar kembali dan ternyata berat barang tersebut tidak sesuai dengan jumlah berat barang yang dibeli. Hal tersebut menunjukkan masih ada kecurangan yang dilakukan oleh pihak pedagang dalam hal takaran yang digunakan. Dalam berbisnis, Islam telah mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk berlaku secara adil dan menyempurnakan takaran dan timbangan. Allah SWT.

Berfirman dalam surah Ar-Rahman ayat 9 :

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: Dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu. (QS. Ar-Rahman : 9)

Dari ayat diatas, dapat disimpulkan bahwasanya dalam kegiatan berbisnis, ketika menakar hendaknya dengan takaran yang sempurna . dari hasil wawancara pembeli tersebut menunjukkan ada beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam hal berbisnis.

3. Ditinjau dari prinsip Kehendak bebas

Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk mengarah dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai kholifah di bumi. Berdasarkan kehendak bebas ini, didalam menjalankan suatu perdagangan manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati atau mengingkari. Tentu saja, seorang muslim yang percaya kepada Allah SWT. akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.⁸

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apapun ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu kebebasan memilih dalam hal apapun termasuk dalam bisnis misalnya, harus dimaknai kebebasan yang tidak

⁸ Muhammad, *Visi Al -Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 15.

kontra produksi dengan ketentuan syariat yang sangat mengedepankan ajaran etika.

Adapun yang menjadi dasar bahwa suatu jual beli harus dilakukan atas dasar kehendak sendiri, yaitu firman Allah pada surat an-Nisa ayat 29.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Perkataan suka sama suka dalam ayat diatas menjadi dasar bahwa jual beli haruslah dilakukan dengan kehendak bebas atau kehendak sendiri yang bebas dari unsur paksaan.⁹ Dalam praktiknya di Pasar Tamansari antara pedagang dan pembeli melaksanakan transaksi atas dasar suka sama suka dan rela sama rela. Dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan, pedagang selalu membebaskan pembelinya dalam melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli. Selain itu, pedagang juga memberikan kesempatan kepada pembeli untuk menukarkan barang yang telah dibeli, apabila dirasa oleh pembeli tidak sesuai dengan adanya kesepakatan sebelumnya antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya pedagang yang telah penulis wawancarai telah menerapkan prinsip kehendak bebas dalam setiap transaksi jual beli.

⁹ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 130.

4. Ditinjau dari prinsip tanggung jawab.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.¹⁰

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.¹¹

Penerapan prinsip tanggung jawab dalam konteks ini dapat dipahami dalam hal sikap pedagang dalam hal menanggapi komplain dari pembeli. Hal tersebut berarti pedagang berani mempertanggung jawabkan atas barang yang dijualnya apabila terdapat kerusakan barang. Pedagang yang telah penulis wawancarai di Pasar Tamansari juga bersedia memberikan tawaran kepada pembeli yang komplain untuk menukarkan barang yang terdapat kerusakan dengan barang yang bagus atau pedagang juga memberikan pilihan kepada pembeli untuk dikembalikan uangnya. Selain itu apabila pedagang melakukan kesalahan, pedagang langsung meminta maaf kepada pembeli atas kecerobohnya .

Hal ini menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Tamansari yang diwawancarai oleh penulis telah menerapkan prinsip tanggung jawab

¹⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

¹¹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 42

dengan cukup baik, dapat dilihat dari cara pedagang menanggapi komplain dari pembeli serta meminta maaf kepada pembeli dan memberikan opsi untuk menyelesaikan permasalahan komplain atau keluhan dari pembeli. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan pada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya (kepada masyarakat). Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamatinya. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.¹² Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Mudassir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: “tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya,”

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap perbuatan manusia dimintai pertanggung jawabannya, baik itu kepada Allah maupun sesama manusia.

5. Ditinjau dari prinsip *Ihsan*

Ihsan, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah.¹³ Penerapan ihsan dalam konteks jual beli di Pasar Tamansari ini dalam hal motif pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Pedagang di Pasar Tamansari melayani pembelinya dengan sikap ramah tamah, mempersilakan pembeli yang mampir ke lapak untuk memilih-milih barang dahulu. Bahkan terkadang pedagang juga mengajak pembelinya untuk bertukar cerita agar pembeli juga merasa nyaman saat mampir di lapaknya.

¹² Ahmad Nurzaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi), Mazahib, Vol. IV, No. 2, Desember 2007, hal 181.

¹³ *Ibid*, 103

Beberapa pembeli yang telah diwawancarai oleh penulis juga mengungkapkan bahwa pedagang di Pasar Tamansari melayani pembeli dengan baik dengan sikap yang ramah. Apabila pembeli membatalkan transaksi jual beli maka pedagang tetap mengucapkan terimakasih kepada pembeli karena sudah mempir ke lapaknya. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang di Pasar Tamansari telah menerapkan prinsip Ihsan dalam praktik jual beli.

6. Ditinjau dari prinsip Kebenaran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.¹⁴

Para pedagang di Pasar Tamansari yang telah penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya barang dagangannya yang dijual berkualitas baik serta menjelaskan mengenai keunggulan kualitas barang kepada pembeli agar tertarik untuk membelinya. Namun, dari salah satu pembeli mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kualitas yang bercampur. Dari penjelasan pembeli tersebut berarti masih ada pedagang yang hanya mengejar keuntungan saja dengan menyembunyikan mutu barang yang sebenarnya. Secara tidak langsung

¹⁴Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002). 19-20.

hal tersebut dapat merugikan konsumen serta tidak dapat memenuhi apa yang menjadi kepuasan pembeli.

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggungjawab yang diharapkan adalah tanggungjawab yang berkeselimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan atau profit dalam memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Kebohongan itu akan menyebabkan ketidakpercayaan, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan.¹⁵ dari pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya penerapan prinsip kebenaran sudah diterapkan cukup baik, namun masih saja ada pedagang yang mencampurkan kualitas barang agar pedagang tersebut tidak mengalami kerugian. Sebagai pedagang seharusnya memberikan informasi mengenai barang yang dijualnya secara jelas kepada pembelinya sebagai bentuk penerapan prinsip tanggung jawab dan kebenaran.

B. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Pembentukan Harga

Harga merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam praktik jual beli. Sebuah ketepatan dalam pembentukan harga untuk suatu barang atau jasa yang akan menghasilkan sebuah keuntungan. Pembentukan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual akan tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Sebaliknya, jika pembentukan harga kurang tepat dapat berakibat buruk bagi penjual. Misalnya, pembentukan harga yang terlalu tinggi bisa berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan dan sebaliknya pembentukan harga yang terlalu rendah berdampak terhadap pandangan konsumen mengenai kualitas produk yang dijual. Maka dari itu, pembentukan harga harus dilakukan dengan setepat mungkin agar dari kedua

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Jakarta: Penerbar Plus, 2012), 36.

belah pihak mencapai kepuasan yang sama dalam melaksanakan transaksi jual beli.

Dalam penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1) Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar dan waktu tertentu. Hukum permintaan menyatakan :

Apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang. Hukum permintaan berbanding terbalik dengan harga.¹⁶

2) Penawaran

Penawaran diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan. Penawaran produsen suatu barang akan dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

- a) Biaya produksi. Tinggi/rendahnya biaya produksi akan mempengaruhi harga jual yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah yang ditawarkan.
- b) Teknologi. Canggih tidaknya teknologi akan mempengaruhi jumlah penawaran. Produktifitas semakin besar, harga menjadi murah dan jumlah yang ditawarkan meningkat.
- c) Harapan keuntungan. Tingkat keuntungan produsen, besar kecilnya laba akan menentukan harga jual.¹⁷

Hukum Penawaran :

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik, maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun.

55. ¹⁶ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008),

¹⁷ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 74.

3) Elastis Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penetapan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik. Artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.¹⁸

4) Persaingan

Kebebasan perusahaan dalam menentukan harga tergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda. Berdasarkan bentuk persaingannya, ada empat jenis pasar yaitu:

- a) Pasar persaingan sempurna, yaitu pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk yang seragam.
- b) Pasar persaingan monopoli, yaitu pasar yang terdiri dari banyak penjual dan pembeli yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar.
- c) Pasar persaingan oligopoli, yaitu pasar yang terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
- d) Pasar monopoli sempurna, yaitu pasar yang hanya ada satu penjual saja.¹⁹

5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.²⁰

¹⁸Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), 242-243.

¹⁹Ari Sudirman, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 217-222.

²⁰Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 245.

Dari hasil wawancara dalam hal cara menetapkan harga jual barang, pada umumnya para pedagang di Pasar Tamansari menetapkan harga yang berlaku di pasaran atau harga yang sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lain dengan jenis dagangan yang sama agar terciptanya keadilan antar pedagang.

Selain itu, dalam membentuk harga, para pedagang menggunakan sistem tawar menawar. Dengan tawar menawar pembeli dapat ikut serta dalam hal pembentukan harga, serta bisa mendapatkan celah harga yang telah ditawarkan oleh pihak pedagang, dan pedagang pun juga masih mendapatkan laba dan barang yang dijualnya pun laku.

Di dalam praktik pembentukan harga di Pasar Tamansari, ada beberapa pedagang yang telah penulis wawancarai melakukan tindakan menaikkan harga apabila barang yang mereka jual langka atau pada saat stok barang sedikit. Dengan adanya situasi tersebut para pedagang menaikkan harga dari harga barang normal menjadi tidak normal dengan alasan sulitnya dalam memperoleh barang. Hal tersebut sesuai dengan teori permintaan. Dalam teori hukum permintaan, yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu apabila dalam kondisi pasar terdapat permintaan suatu produk yang relatif sangat banyak, sehingga barang yang disediakan oleh pedagang tersebut tidak dapat memenuhi semua permintaan tersebut dan untuk membatasi jumlah pembelian dari pembeli, pedagang akan menaikkan harga jual produk tersebut.²¹ Dan dari adanya kenaikan harga, Pedagang menggunakan kesempatan tersebut untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan menaikkan harga jual produknya.

Selain disebabkan oleh faktor permintaan, kenaikan harga pada saat barang langka juga dikarenakan oleh faktor biaya-biaya salah satunya yaitu biaya transportasi yang digunakan pedagang dalam mendapatkan (kulakan) barang tersebut serta adanya kenaikan harga dari produsen. Dalam teori biaya dijelaskan, Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan

²¹ Muhammad, 114-115

mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.²² Secara umum perbuatan menaikkan harga tersebut merupakan hal yang biasa dilakukan oleh pedagang. Selain mendapatkan keuntungan besar, pedagang tidak akan mendapatkan kesempatan yang sama setiap harinya atau hanya pada waktu tertentu saja. Hal tersebut biasanya terjadi pada saat mendekati hari raya, kelangkaan barang akibat gagal panen ataupun pada saat-saat tertentu. Dengan adanya kenaikan harga barang yang langka tersebut dan pada saat menjelang hari besar dimanfaatkan untuk meraup keuntungan yang lebih besar, hal ini akan menimbulkan kesulitan masyarakat atau konsumen dalam membelinya. Namun, dengan adanya kenaikan harga, konsumen tetap membeli barang tersebut karena barang tersebut merupakan kebutuhan pokok.

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi bisnis yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Sisi yang cukup menonjol dalam meletakkan etika bisnis nabi Muhammad SAW adalah nilai spirituals, humanism, kejujuran, keseimbangan, dan semangatnya. Nilai-nilai tersebut telah melandasi tingkah laku dan sangat melekat serta menjadi ciri kepribadian sebagai manajer profesional. Implementasi bisnis yang nabi Muhammad SAW lakukan berporos pada nilai-nilai tauhid yang diyakininya. Menurut Haidar naqvi yang dikutip dalam buku etika bisnis Islam secara filosofis aksioma dsar yang membentuk etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan

1. Ditinjau dari prinsip Kesatuan

Kesatuan ini merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal islam, konsep ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim. Dengan adanya konsep ini, seorang muslim dalam menjalankan bisnis harus berpegang teguh

²²Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 245.

pada etika Islam karena jika melakukan sesuatu yang tidak sesuai etika, ia akan takut pada Allah.²³ Setiap individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial.²⁴

Dalam praktiknya di Pasar Tamansari dalam pembentukan harga dilakukan dengan cara tawar menawar. Mengenai praktik pedagang dalam menawarkan harga antara pembeli satu dengan yang lain sama, artinya tidak membeda-bedakan antara pelanggan lama maupun pelanggan baru. Bahkan pembeli yang masih ada hubungan kekerabatan pun dari pedagang diberikan harga yang sama dengan pembeli yang lain. Meskipun terkadang antara pembeli satu dengan pembeli yang lainnya terdapat perbedaan harga, hal tersebut dikarenakan adanya pola pembentukan harga secara tawar menawar dan ketika melakukan pembelian barang dalam jumlah yang banyak (secara grosir). Apabila pembeli memiliki kemampuan dalam menawar suatu barang maka akan diperoleh harga yang rendah dibandingkan dengan pembeli yang kemampuannya kurang dalam hal menawar. Dengan demikian, praktik pembentukan harga di pasar Tamansari telah sesuai dengan prinsip etik kesatuan yaitu tidak adanya unsur diskriminasi harga.

2. Ditinjau dari Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha

²³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 28.

²⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.²⁵

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan RasulNya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.²⁶

Dalam praktiknya, para pedagang di pasar Tamansari dalam membentuk harga bisa saja menaikkan harga barang yang dijualnya manakala harga yang diperoleh dari produsennya juga mengalami kenaikan. Selain itu para pedagang juga menurunkan harga barang apabila permintaan akan barang menurun. Kebijakan menaikkan harga suatu barang manakala harga dari produsennya naik, barang tersebut langka atau pada saat menjelang hari besar Islam merupakan cara

²⁵ Ya'ti ikhwani nasution, pengaruh etika bisnis islam terhadap kesejahteraan pedagang (studi kasus pedagang pusat pasar medan, At-Tawasusuth, volume IV, No. 1, 2019, 189.

²⁶ *Ibid.*

pedagang dengan tujuan untuk menambah keuntungan. Hal tersebut dikarenakan jumlah barang yang tersedia tidak sesuai dengan jumlah permintaan barang dari pembeli, adanya kenaikan bahan baku dari produsen, serta bertambahnya biaya-biaya yang digunakan oleh pedagang untuk mencari barang yang termasuk langka tersebut.

Sedangkan dalam implementasi prinsip keseimbangan antara pedagang dan pembeli yakni dengan adanya pembentukan harga sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Sehingga antara pedagang dan pembeli sama-sama mendapatkan keuntungan, yakni pembeli mendapatkan barang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibayarkan, dari pihak pedagang mendapatkan keuntungan serta barang dagangannya menjadi laku. Hal tersebut sesuai dengan konsep ekonomi islam yaitu transaksi berdasarkan rela sama rela.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dari transaksi yang Islam. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu dan menguntungkan pihak yang lain.²⁷ Dengan demikian, proses pembentukan harga yang dilakukan di Pasar Tamansari telah sesuai dengan prinsip keseimbangan yakni dalam pembentukan harga oleh pedagang disesuaikan dengan harga pasar yang berlaku serta terjadinya kesepakatan harga antara kedua belah pihak.

3. Ditinjau dari prinsip Kehendak bebas

Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk mengarah dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai kholifah di bumi. Berdasarkan kehendak bebas ini, didalam menjalankan suatu perdagangan manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati atau mengingkari. Tentu saja, seorang

²⁷ Pengembangan Ekonomi islam, *Ekonomi*, 332.

muslim yang percaya kepada Allah SWT. akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.²⁸

Kebebasan dalam etika bisnis Islam adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. “*Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datanganya dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa yang menghendaki (kafir) biarlah ia kafir*” (QS. 18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).²⁹

Implementasi prinsip kehendak bebas yaitu antar pedagang di pasar Tamansari dalam hal pembentukan harga barang yaitu dengan menentukan harga berdasarkan perhitungan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan serta berdasarkan mekanisme pasar yang normal. Dengan kata lain, antar pedagang satu dengan pedagang yang lainnya saling menjaga keseimbangan harga suatu barang yaitu dengan tidak adanya penentuan harga yang tinggi ataupun harga rendah, semua harga disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran. Kemudian pada saat kenaikan harga yang disebabkan kelangkaan barang, maupun pada saat hari besar Islam, pedagang di pasar Tamansari menentukan harga yang sama dengan pedagang yang lain.

Selain itu, prinsip kehendak bebas dalam hubungan antara penjual dan pembeli yaitu para pedagang yang menerapkan pembentukan harga secara tawar menawar, memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawar harga barang. Kebebasan ini bukan berarti pembeli dapat semena-mena dalam menawar harga barang tetapi haruslah tetap

²⁸ Muhammad, *Visi Al-Qur'an*, 15.

²⁹ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Vol.9 No. 1, 2010, 57

diberlakukan aturan dan dalam hal penawarannya tidak jauh berbeda dari harga yang telah disebutkan pedagang ketika pembeli menanyakan harga barang di awal. Prinsip ini sudah sesuai dengan prinsip kehendak bebas, dimana para pedagang menerapkan sistem tawar menawar dan pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar harga yang telah ditawarkan dan kemudian menyepakati harga antara kedua belah pihak.

4. Ditinjau dari prinsip Tanggung jawab.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.³⁰

Telah diketahui sebelumnya, bahwa dalam praktik pembentukan harga di pasar Tamansari yang dilakukan oleh pedagang berdasarkan proses tawar menawar dengan menetapkan harga suatu barang sesuai dengan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam memperoleh barang tersebut. Selain itu pedagang juga bertanggungjawab atas harga barang yang dijual, yakni dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang sehingga harga tersebut akan memberikan kepuasan bagi pembeli sehingga akan terciptanya harga yang adil. Karena harga yang adil ini ditentukan dari barang yang dapat diterima oleh pembeli sepadan dengan harga yang telah dibayarnya. Hal ini sesuai dengan teori yaitu harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan

³⁰ Ibid, 101.

penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.³¹ Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwasannya penerapan prinsip tanggung jawab oleh pedagang di Pasar Tamansari telah sesuai, yakni para pedagang dalam hal membentuk harga sesuai dengan kualitas barangnya.

5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.³²

Dalam pembentukan harga barang oleh para pedagang di Pasar Tamansari terjadi atas dasar kesepakatan antara kedua belah pihak dengan proses tawar menawar hingga menemukan harga yang disetujui oleh pedagang dan pembeli, mereka selalu memberikan informasi secara terperinci kepada para pembeli manakala barang yang dijualnya mengalami kenaikan, selain itu para pedagang juga menjelaskan bahwasannya terdapat beberapa kendala-kendala dalam memperoleh barang tersebut. Dalam transaksi tawar menawar, para pedagang tidak memaksa untuk menyetujui harga yang berlaku di

³¹ Pusat Pengkajian, 322.

³² Muhammad, *Visi Al-Qur'an Tentang*, 19-20.

pasaran, sehingga para pembeli tidak merasa terbebani dengan harga yang telah ditentukan di pasaran.

C. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Nilai Kearifan Lokal di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus menerus dijadikan pegangan hidup, meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Kearifan lokal merupakan nilai-nilai yang dianggap baik dan benar sehingga dapat bertahan dalam waktu lama bahkan melembaga.³³

Dunia perdagangan dalam etika bisnis memiliki respon positif terhadap sosial kemasyarakatan dia hadir untuk menjalin silaturahmi dengan pelanggan melalui informasi dan komunikasi. Sehingga tercipta keakraban diantara penjual dan pembeli, hal ini terjadi belum ada transaksi. Ketika terjadi transaksi memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap produk yang di dapat dan digunakan oleh pelanggan karena akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.³⁴ Di pasar Tamansari para pedagang menawarkan barang ke orang lain dengan penuh keakraban. Dengan logat khas orang Jawa dengan ringan menawarkan aneka barang yang mereka jual. selain itu para pedagang juga menyapa setiap orang yang berjalan di depan lapaknya dengan sangat ramah.

Hal ini memang sudah menjadi tradisi masyarakat pedesaan dengan budaya yang saling bersapa saat berpapasan. Dengan keramah tamahannya ini mendorong tumbuhnya simpati sehingga dengan mudah dapat mengambil hati pihak pembeli yang sudah menjadi pelanggan

³³Abdul Hakim, "Kearifan lokal, 66-67

³⁴Budi Iswanto dkk, "Nilai Falah Pada Kearifan Lokal Dalam Perdagangan Perbatasan Indonesia-Malaysia," Jurnal Diskursus Islam, Vol. 05 No. 2, Agustus 2017, 55.

ataupun belum, karena dengan begitu pembeli merasa diperhatikan oleh pihak pedagang. Posisi inilah yang harus dilatih dan ditumbuhkembangkan pada calon pelanggan yang baru. Dengan adanya simpati dari para pelanggan, hal tersebut akan memunculkan kepuasan bagi pembeli dan selanjutnya akan terciptanya pembelian ulang. Hal tersebut sesuai dengan konsep dagang yang diajarkan oleh Rasulullah saw adalah apa yang disebut *value driven* yang bertujuan menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pengguna (konsumen). *Value driven* juga erat kaitannya dengan apa yang disebut *relationship marketing* yang berusaha untuk menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dengan para pelanggan.³⁵

Para pelaku kegiatan di pasar berkegiatan dan berinteraksi satu dengan lainnya, membangun komunitas berupa masyarakat pasar. Dalam hubungan kemasyarakatan di pasar, interaksi antara satu dengan lainnya direalisasikan dalam berbagai kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan sosial kemasyarakatan antara anggota satu dengan lainnya, seperti saling membantu, saling mengunjungi, dan saling simpati antara satu dengan lainnya.³⁶

Di Pasar Tamansari, antara pedagang satu dengan lainnya bukan sebagai lawan atau pesaingnya. Namun ibarat kawan atau saudara yang menjadi tempat berbagi banyak hal ketika berjualan. Adanya toleransi, kerukunan, dan saling tolong – menolong dalam hubungan tersebut. Ketika terdapat pembeli mencari barang dan kebetulan stok barang habis, pedagang tersebut langsung memberi tahu kepada pembeli bahwasannya di pedagang lain barang yang dicari pembeli tersebut ada. Sesama pedagang tidak terlihat ada rasa iri, akan tetapi saling memahami dan mengerti dalam hal memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Kedekatan hubungan antar para pedagang inilah yang akan membuat suasana yang khas di pasar serta akan terbentuknya *paseduluran*.

³⁵Muhammad Jakfar, *Etika Bisnis menangkap spirit*, 329-330.

³⁶Endy Marlina, Arya Sudaryono, Atyanto, “Pasar Sebagai Ruang Seduluran Masyarakat Jawa,” *Humaniora*, Vol. 26, No. 1 Februari 2015, 93.

Selain itu, ciri khas yang ada di pasar tradisional adalah harga yang dapat ditawar. harga yang diterapkan oleh pedagang di pasar Tamansari dapat ditawar sehingga pembeli dapat ikut serta dalam pembentukan harga dan dengan adanya tawar menawar pembeli mendapatkan celah harga dari harga yang ditawarkan pedagang, dan pihak pedagang mendapatkan keuntungan dari barang yang telah dibeli. Kemudian manakala ada barang yang terlanjur dibeli dan terdapat kerusakan dari barang tersebut dapat dikembalikan dan diganti dengan barang yang lain atau dikembalikan uangnya. Di pasar Tamansari tidak sebatas transaksi jual beli, tetapi ada ruang komunikasi budaya lewat tawar menawar harga. Ada kesepakatan antara pedagang dan pembeli sehingga terciptanya suka sama suka.



BAB IV
ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI
DI PASAR TAMANSARI SAMBIT PONOROGO

A. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.¹ Di dalam kegiatan atau praktik jual beli terdapat syarat dan rukun agar praktik tersebut dikatakan sah:

1. Para pihak yang bertransaksi (orang berakad), yaitu pedagang dan pembeli harus memenuhi syarat-syarat berikut, yaitu baligh, berakal, dan melakukan akad atas kehendak sendiri
2. Adanya ijab qabul, syarat yang harus terpenuhi ialah:
 - a) Tidak ada yang memisahkan, pembeli jangan diam setelah pedagang menyatakan ijab, begitupun sebaliknya.
 - b) Tidak boleh diselingi dengan kata-kata lain antara ijab qabul.
 - c) Adanya kesesuaian ijab qabul dengan harga barang yang dijualbelikan.
3. Benda atau barang yang dijualbelikan harus memenuhi hal-hal berikut:²
 - a) Suci atau mungkin disucikan.
 - b) Memberi manfaat menurut syara'.
 - c) Tidak dibatasi waktunya.
 - d) Dapat diserahkan.
 - e) Milik sendiri.
 - f) Barang diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran yang lainnya.

¹Qomarul, *Fiqh Mu'amalah*, 52.

² Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011),

Dapat diketahui dari data yang diperoleh penulis bahwasannya praktik jual beli di Pasar Tamansari sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli. Hal tersebut dibuktikan pada saat penulis melakukan observasi di Pasar Tamansari terjadi akad antar pedagang dan pembeli. Untuk ijab qabul yang terjadi memang dilakukan dengan cara tidak formal, hanya sebatas pedagang dan pembeli sama-sama menyetujui terhadap harga barang yang akan dibeli tetapi ijab qabul tersebut sudah dapat dikatakan sah. Selain itu, barang yang diperjual belikan di Pasar Tamansari juga jelas dapat memberikan manfaat, dapat diserahkan terimakan, milik sendiri yang diperoleh dari produsen masing-masing jenis barang, dan barang diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran yang lainnya. Sedangkan rukun jual beli di Pasar Tamansari sudah memenuhi empat indikator yang telah ditetapkan oleh jumbuh ulama yaitu, adanya pedagang, pembeli, ijab qabul dan barang atau benda.

Etika berlaku dalam seluruh kegiatan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual beli. Di dalam kegiatan atau praktik jual beli terdapat suatu etika tersendiri yang mengatur bagaimana seharusnya kegiatan jual beli itu dilaksanakan. Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.³ Berdasarkan data yang telah penulis peroleh dari lapangan yakni mengenai praktik jual beli di Pasar Tamansari, dalam pelaksanaannya sama dengan yang terjadi di pasar-pasar lainnya, yakni pedagang menawarkan barang dagangannya dan pembeli membelinya dengan memberikan sejumlah uang yang telah disepakati oleh kedua belah pihak melalui proses tawar menawar. Namun yang dipermasalahkan dalam penelitian ini yakni ada beberapa pembeli yang mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kecurangan dari pihak pedagang, seperti takaran yang tidak sesuai, adanya pencampuran kualitas barang yang dijual antara kualitas bagus dan kualitas biasa.

³ Idri, *Hadis Ekonomi*, 326

Dari permasalahan tersebut, penulis akan menganalisis praktik jual beli yang terjadi di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

1. Ditinjau dari prinsip kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ini merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal islam, konsep ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim. Dengan adanya konsep ini, seorang muslim dalam menjalankan bisnis harus berpegang teguh pada etika Islam karena jika melakukan sesuatu yang tidak sesuai etika, ia akan takut pada Allah.⁴ Setiap individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa di terapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial.⁵

Dalam praktik jual beli di pasar Tamansari ditinjau dengan prinsip kesatuan ini kebanyakan pedagang telah menerapkan prinsip kesatuan, karena dalam melayani pembeli tidak ada yang membeda-bedakan, semua pedagang memperlakukan semua pembeli yang lewat di depan lapaknya ditawari, dipersilahkan, dan diberikan kebebasan dalam memilih barang. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang di Tamansari telah menerapkan prinsip kesatuan dalam praktik jual beli dengan tidak mendiskriminasikan pembeli mereka berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin ataupun umur.

2. Ditinjau dari prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho.

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 28.

⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.⁶

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan RasulNya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.⁷

Dalam pelaksanaan jual beli yang terdapat di Pasar Tamansari, masih terdapat pedagang yang melakukan kecurangan dalam takaran barang yang dijual. Hal tersebut terbukti dari kesaksian pembeli yakni Ibu Narti dan Ibu Zulfa yang setelah melakukan pembelian kemudian sesampai di rumah, barang tersebut beliau takar kembali dan ternyata

⁶ Ya'ti Ikhwan Nasution, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Medan)*, At-Tawasusuth, Volume IV, No. 1, 2019, 189.

⁷ *Ibid.*

berat barang tersebut tidak sesuai dengan jumlah berat barang yang dibeli. Hal tersebut menunjukkan masih ada kecurangan yang dilakukan oleh pihak pedagang dalam hal takaran yang digunakan. Dalam berbisnis, Islam telah mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk berlaku secara adil dan menyempurnakan takaran dan timbangan. Allah SWT.

Berfirman dalam surah Ar-Rahman ayat 9 :

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: Dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu. (QS. Ar-Rahman : 9)

Dari ayat diatas, dapat disimpulkan bahwasanya dalam kegiatan berbisnis, ketika menakar hendaknya dengan takaran yang sempurna . dari hasil wawancara pembeli tersebut menunjukkan ada beberapa pedagang yang belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam hal berbisnis.

3. Ditinjau dari prinsip Kehendak bebas

Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk mengarah dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai kholifah di bumi. Berdasarkan kehendak bebas ini, didalam menjalankan suatu perdagangan manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati atau mengingkari. Tentu saja, seorang muslim yang percaya kepada Allah SWT. akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.⁸

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apapun ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu kebebasan memilih dalam hal apapun termasuk dalam bisnis misalnya, harus dimaknai kebebasan yang tidak kontra produksi dengan ketentuan syariat yang sangat mengedepankan ajaran etika.

⁸ Muhammad, *Visi Al -Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 15.

Adapun yang menjadi dasar bahwa suatu jual beli harus dilakukan atas dasar kehendak sendiri, yaitu firman Allah pada surat an-Nisa ayat 29.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Perkataan suka sama suka dalam ayat diatas menjadi dasar bahwa jual beli haruslah dilakukan dengan kehendak bebas atau kehendak sendiri yang bebas dari unsur paksaan.⁹ Dalam praktiknya di Pasar Tamansari antara pedagang dan pembeli melaksanakan transaksi atas dasar suka sama suka dan rela sama rela. Dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan, pedagang selalu membebaskan pembelinya dalam melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli. Selain itu, pedagang juga memberikan kesempatan kepada pembeli untuk menukarkan barang yang telah dibeli, apabila dirasa oleh pembeli tidak sesuai dengan adanya kesepakatan sebelumnya antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya pedagang yang telah penulis wawancarai telah menerapkan prinsip kehendak bebas dalam setiap transaksi jual beli.

4. Ditinjau dari prinsip tanggung jawab.

⁹ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 130.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.¹⁰

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.¹¹


Penerapan prinsip tanggung jawab dalam konteks ini dapat dipahami dalam hal sikap pedagang dalam hal menanggapi komplain dari pembeli. Hal tersebut berarti pedagang berani mempertanggung jawabkan atas barang yang dijualnya apabila terdapat kerusakan barang. Pedagang yang telah penulis wawancarai di Pasar Tamansari juga bersedia memberikan tawaran kepada pembeli yang komplain untuk menukarkan barang yang terdapat kerusakan dengan barang yang bagus atau pedagang juga memberikan pilihan kepada pembeli untuk dikembalikan uangnya. Selain itu apabila pedagang melakukan kesalahan, pedagang langsung meminta maaf kepada pembeli atas kecerobohnya .

Hal ini menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Tamansari yang diwawancarai oleh penulis telah menerapkan prinsip tanggung jawab dengan cukup baik, dapat dilihat dari cara pedagang menanggapi

¹⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

¹¹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 42

komplain dari pembeli serta meminta maaf kepada pembeli dan memberikan opsi untuk menyelesaikan permasalahan komplain atau keluhan dari pembeli. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan pada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya (kepada masyarakat). Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamatinya. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.¹² Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Mudassir ayat 38 :


 كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: “tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya,”

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap perbuatan manusia dimintai pertanggung jawabannya, baik itu kepada Allah maupun sesama manusia.

5. Ditinjau dari prinsip *Ihsan*

Ihsan, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah.¹³ Penerapan ihsan dalam konteks jual beli di Pasar Tamansari ini dalam hal motif pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Pedagang di Pasar Tamansari melayani pembelinya dengan sikap ramah tamah, mempersilakan pembeli yang mampir ke lapak untuk memilih-milih barang dahulu. Bahkan terkadang pedagang juga mengajak pembelinya untuk bertukar cerita agar pembeli juga merasa nyaman saat mampir di lapaknya.

¹² Ahmad Nurzaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi), Mazahib, Vol. IV, No. 2, Desember 2007, hal 181.

¹³ *Ibid*, 103

Beberapa pembeli yang telah diwawancarai oleh penulis juga mengungkapkan bahwa pedagang di Pasar Tamansari melayani pembeli dengan baik dengan sikap yang ramah. Apabila pembeli membatalkan transaksi jual beli maka pedagang tetap mengucapkan terimakasih kepada pembeli karena sudah mempir ke lapaknya. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang di Pasar Tamansari telah menerapkan prinsip Ihsan dalam praktik jual beli.

6. Ditinjau dari prinsip Kebenaran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.¹⁴

Para pedagang di Pasar Tamansari yang telah penulis wawancarai mengungkapkan bahwasannya barang dagangannya yang dijual berkualitas baik serta menjelaskan mengenai keunggulan kualitas barang kepada pembeli agar tertarik untuk membelinya. Namun, dari salah satu pembeli mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kualitas yang bercampur. Dari penjelasan pembeli tersebut berarti masih ada pedagang yang hanya mengejar keuntungan saja dengan menyembunyikan mutu barang yang sebenarnya. Secara tidak langsung

¹⁴Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002). 19-20.

hal tersebut dapat merugikan konsumen serta tidak dapat memenuhi apa yang menjadi kepuasan pembeli.

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggungjawab yang diharapkan adalah tanggungjawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan atau profit dalam memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Kebohongan itu akan menyebabkan ketidaktentraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan.¹⁵ dari pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya penerapan prinsip kebenaran sudah diterapkan cukup baik, namun masih saja ada pedagang yang mencampurkan kualitas barang agar pedagang tersebut tidak mengalami kerugian. Sebagai pedagang seharusnya memberikan informasi mengenai barang yang dijualnya secara jelas kepada pembelinya sebagai bentuk penerapan prinsip tanggung jawab dan kebenaran.

B. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Pembentukan Harga

Harga merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam praktik jual beli. Sebuah ketepatan dalam pembentukan harga untuk suatu barang atau jasa yang akan menghasilkan sebuah keuntungan. Pembentukan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual akan tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Sebaliknya, jika pembentukan harga kurang tepat dapat berakibat buruk bagi penjual. Misalnya, pembentukan harga yang terlalu tinggi bisa berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan dan sebaliknya pembentukan harga yang terlalu rendah berdampak terhadap pandangan konsumen mengenai kualitas produk yang dijual. Maka dari itu, pembentukan harga harus dilakukan dengan setepat mungkin agar dari kedua

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Jakarta: Penerbar Plus, 2012), 36.

belah pihak mencapai kepuasan yang sama dalam melaksanakan transaksi jual beli.

Dalam penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1) Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar dan waktu tertentu. Hukum permintaan menyatakan :

Apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang. Hukum permintaan berbanding terbalik dengan harga.¹⁶

2) Penawaran

Penawaran diartikan sebagai jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan. Penawaran produsen suatu barang akan dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

- a) Biaya produksi. Tinggi/rendahnya biaya produksi akan mempengaruhi harga jual yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah yang ditawarkan.
- b) Teknologi. Canggih tidaknya teknologi akan mempengaruhi jumlah penawaran. Produktifitas semakin besar, harga menjadi murah dan jumlah yang ditawarkan meningkat.
- c) Harapan keuntungan. Tingkat keuntungan produsen, besar kecilnya laba akan menentukan harga jual.¹⁷

Hukum Penawaran :

Perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan, yaitu apabila harga naik, maka penawaran akan meningkat, sebaliknya apabila harga turun penawaran akan turun.

55. ¹⁶ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008),

¹⁷ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 74.

3) Elastis Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penetapan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik. Artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.¹⁸

4) Persaingan

Kebebasan perusahaan dalam menentukan harga tergantung pada jenis pasar yang berbeda-beda. Berdasarkan bentuk persaingannya, ada empat jenis pasar yaitu:

- a) Pasar persaingan sempurna, yaitu pasar yang terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk yang seragam.
- b) Pasar persaingan monopoli, yaitu pasar yang terdiri dari banyak penjual dan pembeli yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar.
- c) Pasar persaingan oligopoli, yaitu pasar yang terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
- d) Pasar monopoli sempurna, yaitu pasar yang hanya ada satu penjual saja.¹⁹

5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.²⁰

¹⁸Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), 242-243.

¹⁹Ari Sudirman, *Teori Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 217-222.

²⁰Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 245.

Dari hasil wawancara dalam hal cara menetapkan harga jual barang, pada umumnya para pedagang di Pasar Tamansari menetapkan harga yang berlaku di pasaran atau harga yang sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lain dengan jenis dagangan yang sama agar terciptanya keadilan antar pedagang.

Selain itu, dalam membentuk harga, para pedagang menggunakan sistem tawar menawar. Dengan tawar menawar pembeli dapat ikut serta dalam hal pembentukan harga, serta bisa mendapatkan celah harga yang telah ditawarkan oleh pihak pedagang, dan pedagang pun juga masih mendapatkan laba dan barang yang dijualnya pun laku.

Di dalam praktik pembentukan harga di Pasar Tamansari, ada beberapa pedagang yang telah penulis wawancarai melakukan tindakan menaikkan harga apabila barang yang mereka jual langka atau pada saat stok barang sedikit. Dengan adanya situasi tersebut para pedagang menaikkan harga dari harga barang normal menjadi tidak normal dengan alasan sulitnya dalam memperoleh barang. Hal tersebut sesuai dengan teori permintaan. Dalam teori hukum permintaan, yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu apabila dalam kondisi pasar terdapat permintaan suatu produk yang relatif sangat banyak, sehingga barang yang disediakan oleh pedagang tersebut tidak dapat memenuhi semua permintaan tersebut dan untuk membatasi jumlah pembelian dari pembeli, pedagang akan menaikkan harga jual produk tersebut.²¹ Dan dari adanya kenaikan harga, Pedagang menggunakan kesempatan tersebut untuk meningkatkan dan memperbesar keuntungan dengan menaikkan harga jual produknya.

Selain disebabkan oleh faktor permintaan, kenaikan harga pada saat barang langka juga dikarenakan oleh faktor biaya-biaya salah satunya yaitu biaya transportasi yang digunakan pedagang dalam mendapatkan (kulakan) barang tersebut serta adanya kenaikan harga dari produsen. Dalam teori biaya dijelaskan, Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan

²¹ Muhammad, 114-115

mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.²² Secara umum perbuatan menaikkan harga tersebut merupakan hal yang biasa dilakukan oleh pedagang. Selain mendapatkan keuntungan besar, pedagang tidak akan mendapatkan kesempatan yang sama setiap harinya atau hanya pada waktu tertentu saja. Hal tersebut biasanya terjadi pada saat mendekati hari raya, kelangkaan barang akibat gagal panen ataupun pada saat-saat tertentu. Dengan adanya kenaikan harga barang yang langka tersebut dan pada saat menjelang hari besar dimanfaatkan untuk meraup keuntungan yang lebih besar, hal ini akan menimbulkan kesulitan masyarakat atau konsumen dalam membelinya. Namun, dengan adanya kenaikan harga, konsumen tetap membeli barang tersebut karena barang tersebut merupakan kebutuhan pokok.

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi bisnis yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Sisi yang cukup menonjol dalam meletakkan etika bisnis nabi Muhammad SAW adalah nilai spirituals, humanism, kejujuran, keseimbangan, dan semangatnya. Nilai-nilai tersebut telah melandasi tingkah laku dan sangat melekat serta menjadi ciri kepribadian sebagai manajer profesional. Implementasi bisnis yang nabi Muhammad SAW lakukan berporos pada nilai-nilai tauhid yang diyakininya. Menurut Haidar naqvi yang dikutip dalam buku etika bisnis Islam secara filosofis aksioma dsar yang membentuk etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan

1. Ditinjau dari prinsip Kesatuan

Kesatuan ini merupakan cerminan dari konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal islam, konsep ini merupakan konsep yang paling mendalam pada diri seorang muslim. Dengan adanya konsep ini, seorang muslim dalam menjalankan bisnis harus berpegang teguh

²²Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 245.

pada etika Islam karena jika melakukan sesuatu yang tidak sesuai etika, ia akan takut pada Allah.²³ Setiap individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial.²⁴

Dalam praktiknya di Pasar Tamansari dalam pembentukan harga dilakukan dengan cara tawar menawar. Mengenai praktik pedagang dalam menawarkan harga antara pembeli satu dengan yang lain sama, artinya tidak membeda-bedakan antara pelanggan lama maupun pelanggan baru. Bahkan pembeli yang masih ada hubungan kekerabatan pun dari pedagang diberikan harga yang sama dengan pembeli yang lain. Meskipun terkadang antara pembeli satu dengan pembeli yang lainnya terdapat perbedaan harga, hal tersebut dikarenakan adanya pola pembentukan harga secara tawar menawar dan ketika melakukan pembelian barang dalam jumlah yang banyak (secara grosir). Apabila pembeli memiliki kemampuan dalam menawar suatu barang maka akan diperoleh harga yang rendah dibandingkan dengan pembeli yang kemampuannya kurang dalam hal menawar. Dengan demikian, praktik pembentukan harga di pasar Tamansari telah sesuai dengan prinsip etik kesatuan yaitu tidak adanya unsur diskriminasi harga.

2. Ditinjau dari Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha

²³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 28.

²⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 101

muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.²⁵

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan RasulNya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.²⁶

Dalam praktiknya, para pedagang di pasar Tamansari dalam membentuk harga bisa saja menaikkan harga barang yang dijualnya manakala harga yang diperoleh dari produsennya juga mengalami kenaikan. Selain itu para pedagang juga menurunkan harga barang apabila permintaan akan barang menurun. Kebijakan menaikkan harga suatu barang manakala harga dari produsennya naik, barang tersebut langka atau pada saat menjelang hari besar Islam merupakan cara

²⁵ Ya'ti ikhwani nasution, pengaruh etika bisnis islam terhadap kesejahteraan pedagang (studi kasus pedagang pusat pasar medan, At-Tawasusuth, volume IV, No. 1, 2019, 189.

²⁶ *Ibid.*

pedagang dengan tujuan untuk menambah keuntungan. Hal tersebut dikarenakan jumlah barang yang tersedia tidak sesuai dengan jumlah permintaan barang dari pembeli, adanya kenaikan bahan baku dari produsen, serta bertambahnya biaya-biaya yang digunakan oleh pedagang untuk mencari barang yang termasuk langka tersebut.

Sedangkan dalam implementasi prinsip keseimbangan antara pedagang dan pembeli yakni dengan adanya pembentukan harga sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Sehingga antara pedagang dan pembeli sama-sama mendapatkan keuntungan, yakni pembeli mendapatkan barang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibayarkan, dari pihak pedagang mendapatkan keuntungan serta barang dagangannya menjadi laku. Hal tersebut sesuai dengan konsep ekonomi islam yaitu transaksi berdasarkan rela sama rela.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dari transaksi yang Islam. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu dan menguntungkan pihak yang lain.²⁷ Dengan demikian, proses pembentukan harga yang dilakukan di Pasar Tamansari telah sesuai dengan prinsip keseimbangan yakni dalam pembentukan harga oleh pedagang disesuaikan dengan harga pasar yang berlaku serta terjadinya kesepakatan harga antara kedua belah pihak.

3. Ditinjau dari prinsip Kehendak bebas

Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk mengarah dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai kholifah di bumi. Berdasarkan kehendak bebas ini, didalam menjalankan suatu perdagangan manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati atau mengingkari. Tentu saja, seorang

²⁷ Pengembangan Ekonomi islam, *Ekonomi*, 332.

muslim yang percaya kepada Allah SWT. akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.²⁸

Kebebasan dalam etika bisnis Islam adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. “*Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datanganya dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa yang menghendaki (kafir) biarlah ia kafir*” (QS. 18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).²⁹

Implementasi prinsip kehendak bebas yaitu antar pedagang di pasar Tamansari dalam hal pembentukan harga barang yaitu dengan menentukan harga berdasarkan perhitungan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan serta berdasarkan mekanisme pasar yang normal. Dengan kata lain, antar pedagang satu dengan pedagang yang lainnya saling menjaga keseimbangan harga suatu barang yaitu dengan tidak adanya penentuan harga yang tinggi ataupun harga rendah, semua harga disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran. Kemudian pada saat kenaikan harga yang disebabkan kelangkaan barang, maupun pada saat hari besar Islam, pedagang di pasar Tamansari menentukan harga yang sama dengan pedagang yang lain.

Selain itu, prinsip kehendak bebas dalam hubungan antara penjual dan pembeli yaitu para pedagang yang menerapkan pembentukan harga secara tawar menawar, memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawar harga barang. Kebebasan ini bukan berarti pembeli dapat semena-mena dalam menawar harga barang tetapi haruslah tetap

²⁸ Muhammad, *Visi Al-Qur'an*, 15.

²⁹ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Vol.9 No. 1, 2010, 57

diberlakukan aturan dan dalam hal penawarannya tidak jauh berbeda dari harga yang telah disebutkan pedagang ketika pembeli menanyakan harga barang di awal. Prinsip ini sudah sesuai dengan prinsip kehendak bebas, dimana para pedagang menerapkan sistem tawar menawar dan pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar harga yang telah ditawarkan dan kemudian menyepakati harga antara kedua belah pihak.

4. Ditinjau dari prinsip Tanggung jawab.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.³⁰

Telah diketahui sebelumnya, bahwa dalam praktik pembentukan harga di pasar Tamansari yang dilakukan oleh pedagang berdasarkan proses tawar menawar dengan menetapkan harga suatu barang sesuai dengan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam memperoleh barang tersebut. Selain itu pedagang juga bertanggungjawab atas harga barang yang dijual, yakni dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang sehingga harga tersebut akan memberikan kepuasan bagi pembeli sehingga akan terciptanya harga yang adil. Karena harga yang adil ini ditentukan dari barang yang dapat diterima oleh pembeli sepadan dengan harga yang telah dibayarnya. Hal ini sesuai dengan teori yaitu harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan

³⁰ Ibid, 101.

penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.³¹ Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwasannya penerapan prinsip tanggung jawab oleh pedagang di Pasar Tamansari telah sesuai, yakni para pedagang dalam hal membentuk harga sesuai dengan kualitas barangnya.

5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.³²

Dalam pembentukan harga barang oleh para pedagang di Pasar Tamansari terjadi atas dasar kesepakatan antara kedua belah pihak dengan proses tawar menawar hingga menemukan harga yang disetujui oleh pedagang dan pembeli, mereka selalu memberikan informasi secara terperinci kepada para pembeli manakala barang yang dijualnya mengalami kenaikan, selain itu para pedagang juga menjelaskan bahwasannya terdapat beberapa kendala-kendala dalam memperoleh barang tersebut. Dalam transaksi tawar menawar, para pedagang tidak memaksa untuk menyetujui harga yang berlaku di

³¹ Pusat Pengkajian, 322.

³² Muhammad, *Visi Al-Qur'an Tentang*, 19-20.

pasaran, sehingga para pembeli tidak merasa terbebani dengan harga yang telah ditentukan di pasaran.

C. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Nilai Kearifan Lokal di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo

Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus menerus dijadikan pegangan hidup, meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai etika, cara-cara dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Kearifan lokal merupakan nilai-nilai yang dianggap baik dan benar sehingga dapat bertahan dalam waktu lama bahkan melembaga.³³

Dunia perdagangan dalam etika bisnis memiliki respon positif terhadap sosial kemasyarakatan dia hadir untuk menjalin silaturahmi dengan pelanggan melalui informasi dan komunikasi. Sehingga tercipta keakraban diantara penjual dan pembeli, hal ini terjadi belum ada transaksi. Ketika terjadi transaksi memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap produk yang di dapat dan digunakan oleh pelanggan karena akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.³⁴ Di pasar Tamansari para pedagang menawarkan barang ke orang lain dengan penuh keakraban. Dengan logat khas orang Jawa dengan ringan menawarkan aneka barang yang mereka jual. Selain itu para pedagang juga menyapa setiap orang yang berjalan di depan lapaknya dengan sangat ramah.

Hal ini memang sudah menjadi tradisi masyarakat pedesaan dengan budaya yang saling bersapa saat berpapasan. Dengan keramah tamahannya ini mendorong tumbuhnya simpati sehingga dengan mudah dapat mengambil hati pihak pembeli yang sudah menjadi pelanggan

³³Abdul Hakim, "Kearifan lokal, 66-67

³⁴Budi Iswanto dkk, "Nilai Falah Pada Kearifan Lokal Dalam Perdagangan Perbatasan Indonesia-Malaysia," Jurnal Diskursus Islam, Vol. 05 No. 2, Agustus 2017, 55.

ataupun belum, karena dengan begitu pembeli merasa diperhatikan oleh pihak pedagang. Posisi inilah yang harus dilatih dan ditumbuhkembangkan pada calon pelanggan yang baru. Dengan adanya simpati dari para pelanggan, hal tersebut akan memunculkan kepuasan bagi pembeli dan selanjutnya akan terciptanya pembelian ulang. Hal tersebut sesuai dengan konsep dagang yang diajarkan oleh Rasulullah saw adalah apa yang disebut *value driven* yang bertujuan menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pengguna (konsumen). *Value driven* juga erat kaitannya dengan apa yang disebut *relationship marketing* yang berusaha untuk menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dengan para pelanggan.³⁵

Para pelaku kegiatan di pasar berkegiatan dan berinteraksi satu dengan lainnya, membangun komunitas berupa masyarakat pasar. Dalam hubungan kemasyarakatan di pasar, interaksi antara satu dengan lainnya direalisasikan dalam berbagai kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan sosial kemasyarakatan antara anggota satu dengan lainnya, seperti saling membantu, saling mengunjungi, dan saling simpati antara satu dengan lainnya.³⁶

Di Pasar Tamansari, antara pedagang satu dengan lainnya bukan sebagai lawan atau pesaingnya. Namun ibarat kawan atau saudara yang menjadi tempat berbagi banyak hal ketika berjualan. Adanya toleransi, kerukunan, dan saling tolong – menolong dalam hubungan tersebut. Ketika terdapat pembeli mencari barang dan kebetulan stok barang habis, pedagang tersebut langsung memberi tahu kepada pembeli bahwasannya di pedagang lain barang yang dicari pembeli tersebut ada. Sesama pedagang tidak terlihat ada rasa iri, akan tetapi saling memahami dan mengerti dalam hal memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Kedekatan hubungan antar para pedagang inilah yang akan membuat suasana yang khas di pasar serta akan terbentuknya *paseduluran*.

³⁵Muhammad Jakfar, *Etika Bisnis menangkap spirit*, 329-330.

³⁶Endy Marlina, Arya Sudaryono, Atyanto, "Pasar Sebagai Ruang Seduluran Masyarakat Jawa," *Humaniora*, Vol. 26, No. 1 Februari 2015, 93.

Selain itu, ciri khas yang ada di pasar tradisional adalah harga yang dapat ditawar. harga yang diterapkan oleh pedagang di pasar Tamansari dapat ditawar sehingga pembeli dapat ikut serta dalam pembentukan harga dan dengan adanya tawar menawar pembeli mendapatkan celah harga dari harga yang ditawarkan pedagang, dan pihak pedagang mendapatkan keuntungan dari barang yang telah dibeli. Kemudian manakala ada barang yang terlanjur dibeli dan terdapat kerusakan dari barang tersebut dapat dikembalikan dan diganti dengan barang yang lain atau dikembalikan uangnya. Di pasar Tamansari tidak sebatas transaksi jual beli, tetapi ada ruang komunikasi budaya lewat tawar menawar harga. Ada kesepakatan antara pedagang dan pembeli sehingga terciptanya suka sama suka



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli di Pasar Tamansari Sambit Ponorogo dapat disimpulkan:

1. Dalam praktik jual beli para pedagang di Pasar Tamansari telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Namun, dalam prinsip keseimbangan dan kebenaran pedagang belum menerapkan karena masih adanya pedagang yang melakukan kecurangan dalam takaran barang dan tidak transparan dalam hal mutu barang.
2. Dalam pembentukan harga telah menerapkan seluruh prinsip etika bisnis Islam ditunjukkan dengan tidak adanya diskriminasi harga, pembentukan harga disesuaikan dengan harga pasar, kebebasan menawar harga, membentuk harga sesuai dengan kualitas, pedagang berlaku transparan kepada pembeli tentang harga barang yang disesuaikan dengan kualitas suatu barang dan tidak ada unsur paksaan kepada pembeli untuk menyetujui harga.
3. Kearifan lokal dalam etika jual beli yang dapat dikembangkan yakni ketika pedagang menawarkan barang dengan penuh keakraban kepada calon pembelinya. Sedangkan antar pedagang satu dengan lainnya tidak ada rasa iri karena mereka menganggap sebagai kawan bukan lawan.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran-saran diantaranya:

1. Pedagang di Pasar Tamansari dapat memperbaiki kekurangan dalam proses jual beli agar dalam perniagaan yang dijalankan dapat menguntungkan kedua belah pihak di fase kehidupan dunia maupun akhirat.

2. Pedagang dapat menjalankan praktik jual beli sesuai dengan syariat Islam dan meninggalkan hal-hal yang dilarangnya.
3. Pembinaan dan pengawasan siklus pasar memberikan kontrol untuk para pedagang dalam praktik jual beli.
4. Bagi penulis kedepannya, diharapkan dapat menambah informan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal, dan juga mengkaji lebih dalam terkait etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli di pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Afrizal. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.
- Amalia, Fitri. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2012
- Aravik, Havis. *Ekonomi Islam Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi*. Malang: Empatdua. 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenada media. 2006.
- Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.
- Departemen Agama RI. *Al-qur'an dan Terjemah*. Bandung: Syaamil Qur'an. 2005.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*. Jakarta: Penerbar Plus. 2012.
- Fathoni, Abdurahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Asdi mahasatya. 2006.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.
- Fuad, M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Ghazali, Abdul Rahman et. Al. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media, 2010.
- Ghony, M. Djunaidi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.
- Hakim, Abdul. "Kearifan Lokal dalam Ekonomi Islam," *Akademika*. volume 8 nomor 1. 2014.

- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Fiqh Muamalat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004.
- Huda, Qomarul. *Fiqh Mu'amalah*. Yogyakarta: Teras. 2011.
- Idri. *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta : Prenadamedia Group. 2015.
- Iswanto, Budi dkk. "Nilai Falah Pada Kearifan Lokal Dalam Perdagangan Perbatasan Indonesia-Malaysia," *Jurnal Diskursus Islam*. Vol. 05 No. 2. Agustus 2017.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. 2000.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004.
- Marlina, Endy, Arya Sudaryono dan Atyanto. "Pasar Sebagai Ruang Seduluran Masyarakat Jawa," *Humaniora*. Vol. 26, No. 1. Februari 2015.
- Muhajir, Neong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin. 1998.
- Muhammad dan Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah. 2002.
- Muhammad. *Visi Al -Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah. 2002.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.
- Nasution, Ya'ti Ikhwani. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Pedagang (studi kasus pedagang pusat pasar medan, At-Tawasusuth. volume IV, No. 1. 2019.*
- Nawatmi, Sri. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Vol.9 No. 1. 2010.
- Nurzaroni, Ahmad. *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*. Mazahib. Vol. IV, No. 2. Desember 2007.
- P3EI. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2015.

- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2007.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press. 2004.
- Rahma, Tri. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung. 2011.
- Rismanto. *Pasar Tradisional menyimpan kearifan lokal*. 2017. Dalam <https://beringharjo-karangmojo.desa.id> Diakses pada tanggal 25 juni 2019 pukul 19.00.
- Rivai, Veithal Dan Antoni Nizar Usman. *Islamic Economic And Finance Ekonomi Dan Keuangan Islam Bukan Alternatif Tetapi Solusi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2007.
- Rivai, Veithzal dkk. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2012.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa. *Islamic Business And Economic Ethics Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press. 2014.
- Sahrani, Sohari dan Ru'fah Abdullah. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- Soemarsono. *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*. Jakarta: Rineka Cipta. 1990.
- Sudirman, Ari. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2002.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press. 2008.

Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. 1999.

Wijayanto, Andi. "Kearifan Lokal dalam Praktik Bisnis di Indonesia,"
Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro.

