

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Islam adalah agama yang memiliki ajaran yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan universal bermakna bahwa syariat Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai datangnya hari akhir nanti. Kegiatan sosial-ekonomi (mu'amalah) dalam Islam mempunyai cakupan yang sangat luas dan fleksibel, serta tidak membedakan antara muslim dan non muslim. Kenyataan ini tersirat dalam suatu pernyataan yang diriwayatkan Sayyidina Ali, yaitu "dalam bidang mu'amalah, kewajiban mereka adalah kewajiban kita dan hak mereka adalah hak kita".¹

Dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi, dunia Islam mempunyai sistem perekonomian yang berbasiskan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari al-Quran dan hadis serta dilengkapi dengan ijma dan qiyas. Sistem perekonomian Islam saat ini lebih dikenal dengan istilah fiqh mu'amalah. Fiqh mu'amalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan keduniaan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan sosial kemasyarakatan.²

Mengacu pada pengertian di atas, manusia, kapanpun dan dimanapun harus senantiasa mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT, sekalipun dalam perkara yang bersifat duniawi termasuk kegiatan bermu'amalah, sebab segala aktivitas manusia akan dimintai pertanggungjawabannya kelak di akhirat. Dalam Islam tidak ada pemisahan antara amal dunia dan amal

¹ Merza Gamal, *Aktivitas Ekonomi Syariah*, (Pekan Baru: UNRI Press, 2004), hal.3.

² Rachmat Syafei, *Fiqh Mu'amalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2004), hal. 15.

akhirat. Sekecil apapun aktivitas manusia di dunia harus didasarkan pada ketetapan Allah SWT agar selamat dunia akhirat.

Aturan-aturan Allah yang terunifikasi dan terkodifikasi dalam fiqih mu'amalah tersebut mencakup berbagai aspek kegiatan ekonomi, salah satunya adalah jual-beli (*al-bay*). *Al-bay* sinonim dengan *al-tijarah* yang secara terminology berarti tukar menukar harta dengan harta atau harta dengan sejenisnya dengan cara yang khusus/ tertentu.³ Dalam bertransaksi jual-beli tersebut Islam sangat menekankan harus didasari dengan *i'tikad* yang baik, karena hlm ini memberikan pedoman kepada umatnya supaya maksimal dalam usahanya, diantara kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Disadari atau tidak, untuk mencukupi segala kebutuhannya satu sama lain saling membutuhkan suatu tempat pergaulan hidup, tempat dimana setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain atau sering disebut dengan istilah pasar.

Keberagaman pola dagang dan berbagai faktor yang mendasari baik dari segi faktor *intern* maupun *ekstern* menjadikan perilaku dagang yang berbeda-beda, mulai dari pengambilan keuntungan, cara menawarkan barang, kejujuran tentang kualitas barang, dan lain sebagainya. Kondisi seperti ini menyebabkan persaingan yang ketat diantara para pedagang dalam menarik perhatian para pembeli guna memperoleh keuntungan yang semakin banyak, maka kedua belah pihak harus mengetahui hukum jual-beli, apakah praktek yang dilakukan itu sudah sesuai dengan syari'at Islam atau belum. Oleh karena itu, orang yang menggeluti dunia bisnis harus mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan hukum syah atau batal dalam jual-beli.

Setiap hidup bermasyarakat, diperlukan saling tolong-menolong dalam menghadapi berbagai macam persoalan untuk memenuhi kebutuhan antara yang satu dengan yang lainnya.

³ Muhammad Al-Syarbini Al-Khatib, *Al-Iqna Fi Hlmli Alfaadzi Abi Syuja* (Beirut: Dar al-Fikr, tt), hal. 273.

Setiap manusia mempunyai kebutuhan, maka sering terjadi pertentangan kehendak, untuk menjaga keperluan masing-masing maka perlu adanya aturan-aturan yang mengatur tentang kebutuhan manusia agar manusia tidak melanggar dan merampas hak-hak orang lain⁴.

Untuk mencapai tujuan dan kemajuan hidup manusia, diperlukan adanya kerja sama antara sesama manusia seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ⁵

Artinya: “ Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya sangatlah berat siksanya “. ⁶

Dalam melaksanakan kerja sama tersebut tidak boleh terlepas dari etika. Etika sebagai controlling (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, secara filosofi mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (standar of conduct) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.⁷

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta dan kesejahteraan. Oleh karena itu bisnis harus dilakukan dengan cara yang terbaik dengan tidak melakukan kecuranagn, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Perilaku seperti ini menyebabkan terjadinya

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh muamalah*, cet. ke-2, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), hal. 31.

⁵ QS, Al-Maidahayat (5): 2.

⁶ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Madinah: Percetakan al-Qur'an Khadim al-Kharamain as-Syirifain Raja Fard, 1991), hal. 273.

⁷ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 53

kedzoliman dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu nilai-nilai yang berkaitan dengan akhlak yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku bisni. Karena Rosulallah sangat menghargai harga yang adil yang dibentuk di Pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminana dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Dengan menerapkan nilai-nilai tersebut seorang bukan hanya akan mendapatkan keuntungan semata melainkan akan mendapatkan keberkahan.

Namun pada era milenial seperti ini seakan-akan nilai yang beretika telah luntur. Kecenderungan masyarakat untuk berlaku bebas seakan mewabah disetiap lini kehidupan. Nilai moral etika, norma, dan aturan yang bertujuan untuk memperbaiki tingkah laku manusia telah terkesampingkan. Oleh karena itu maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus ditingkatkan oleh setiap Individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Salah satu segmen pasar tradisional yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional Brunorejo yang berada di Kecamatan Bruno, Kabupaten Purworejo. Penulis memilih Pasar Brunorejo sebagai objek penelitian alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang di lakukan penulis kepada pedagang Pasar Brunorejo bahwa para pedagang dalam menetapkan harga tidak berdasarkan aturan.⁸

Pasar Brunorejo adalah sebuah pasar tradisional yang terletak di jalan Purworejo-Wonosobo. Lebih tepatnya berada di Desa Brunorejo Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo. Pasar ini merupakan sentral perekonomian yang terdapat di Kecamatan

⁸ Hasil observasi kegiatan pedagang di Pasar Brunorejo Purworejo, Pada tanggal 03 Juli 2018.

Bruno. Di Pasar tersebut terdapat berbagai macam penjual, mulai dari bahan bangunan, elektronik, perlengkapan rumah tangga, dan kebutuhan pokok dalam keseharian. Salah satu kebutuhan pokok dalam penjualan yang menguntungkan adalah pakaian.

Penjualan pakaian di Pasar Brunorejo merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan. Di sana terdapat 27 kios yang menjual pakaian. Namun dari jumlah tersebut yang besar ada 6. Adapun yang menjadi pembeli adalah masyarakat yang berada di wilayah kecamatan tersebut.

Dalam proses jual-beli tersebut penjual dan pembeli bisa tawar menawar terhadap barang yang diinginkan. Harga yang ditawarkan oleh penjual tidak bersifat tetap sebagaimana yang terjadi di toko atau swalayan yang berada diperkotaan. Oleh karena itu, keahlian penjual dalam melakukan tawar-menawar sangat menentukan keuntungan yang diperoleh. Maka tidak heran apabila keuntungan yang diperoleh bisa mencapai 70 % dari harga pembelian. Hal tersebut karena harga yang ditawarkan oleh pembeli biasanya sampai 3 (tiga) kali lipat dari harga pembelian.⁹

Praktek yang dilakukan para penjual dalam menawarkan dagangannya sangat variatif dengan tujuan mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya, sehingga dalam menawarkan pertama kepada pembeli penjual melipatgandakan sampai tiga kali lipat dari harga pembelian. Setelah terjadi penawaran pertama maka pembeli akan meminta penjual untuk menurunkan harga setengahnya. Kemudian terjadilah tawar-menawar barang dagangan antara penjual dan pembeli sampai terjadi kesepakatan antar keduanya terhadap barang dagangan tersebut. Setelah terjadi transaksi penjual biasanya penjual mendapatkan untung 50-70 % dari modal awal. Salah satu cara untuk memikat pembeli biasanya pedagang menggunakan dialog bahasa jawa halus. Karena dengan menggunakan dialeg bahasa tersebut yang diselingi dengan nilai-nilai humoris maka pembeli pun akan tertarik dengan keramahan penjual. Ham itulah yang

⁹ Wawancara dengan Informan F Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 23 Januari 2018.

dimanfaatkan penjual untuk mengambil keuntungan yang lebih atas barang dagangannya.

Dari uraian di atas dapat digaris bawahi bahwa dalam menjual pakaiannya para pedagang dalam menwarkan barang melipatgandakan harga sampai 3 (tiga) kali lipat. Dan untuk menarik pembeli dalam transaksi tersebut para pedagang mempunyai tata cara tersendiri yaitu dengan menggunakan logat bahasa jawa yang halus dan humoris. Dikarenakan mayoritas pembeli berasal dari wilayah pelosok maka standar harga pakaian mereka tidak mengetahuinya. Sebagaimana etika bisnis dalam Islam seharusnya pedagang harus mengutamakan kejujuran dan tanggungjawab agar tujuan dalam bermualah akan tercapai yang mana tidak menimbulkan kerugian diantara kedua belah pihak. Dalam kasus seperti ini, peran pemerintah atau pengelola pasar untuk menstabilkan harga sangat dibutuhkan. Namun disisi lain adanya campur tangan pemerintah dalam menentukan harga dalam pasar menurut ahli fiqih masih menjadi perdebatan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji tentang penjualan pakaian yang terjadi di Pasar Bruno, terutama yang berkaitan dengan etika para pedagang pakaian dalam menentukan harganya serta peran pemerintah atau pengelola pasar dalam menstabilkan harga. Usaha penjualan pakaian dengan model tersebut memang sudah jarang terjadi di masyarakat perkotaan, namun dipedesaan masih menjamur dan berlangsung hingga sekarang. Disisi lain secara akademis belum banyak penelitian tesis yang mengkaji secara mendetail tentang perilaku pedagang dalam mencari keuntungan, terutama yang berkaitan dengan penjualan pakaian. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti lebih detail tentang praktik penjualan pakaian yang terjadi di Pasar Brunorejo dengan judul “Perilaku Pedagang Pakaian Di Pasar Brunorejo Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus penelitian

Para pedagang di Pasar Brunorejo, dalam menentukan harga pakaian melipatgandakan sampai 3 (tiga) kali. Kemudian agar harga dapat diterima pembeli maka penjual menawarkan dengan berbagai cara, bahkan tidak dipungkiri dengan mengeluarkan pernyataan yang dilebih-lebihkan dan berbohong. Padahal dalam etika bisnis Islam seharusnya pedagang mengutamakan kejujuran dan tanggungjawab agar tujuan dalam bermualah akan tercapai yang mana tidak menimbulkan kerugian diantara kedua belah pihak. Disisi lain, ketika terjadi ketidak setabilan harga peran pemerintah atau pengelola pasar untuk menstabilkannya sangat dibutuhkan agar terjadi kemaslahatan.

2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana metode yang digunakan penjual pakaian di Pasar Brunorejo, Kabupaten Purworejo dalam menentukan harga ?
- b. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menentukan harga tersebut ?
- c. Bagaimana perilaku pedagang pakaian dalam menentukan harga ditinjau dari etika bisnis Islam ?
- d. Bagaimana peran pemerintah dalam penentuan harga ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penulisan ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui metode penentuan harga pakaian oleh penjual pakaian di Pasar Brunorejo, Kabupaten Purworejo.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga pakaian di pasar Brunorejo, Kabupaten Purworejo.
- c. Menjelaskan perilaku para pedagang dalam menentukan harga pakaian tinjauan dari etika bisnis Islam.

- d. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam menentukan harga di pasar Brunorejo, Kabupaten Purworejo.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat yang secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu :

a. Secara Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu berfungsi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan akademisi pendidikan dalam menambah keilmuan di dalam pengetahuan Perilaku Pedagang Pakaian Di Pasar Brunorejo Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.
- 3) Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan seorang pedagang atau pembeli dalam mengambil kebijakan penentuan harga.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi pedagang pakaian dapat mengetahui metode penentuan harga pakaian serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- 2) Sedangkan bagi pihak pembeli pakaian adalah Dapat memahami tentang penerapan etika bisnis Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- 3) Adapun untuk peneliti sendiri yaitu merupakan alat guna menambah keilmuan mengenai apa saja yang berkaitan dengan etika bisnis islam, khususnya menyangkut tentang perilaku pedagang pakaian di pasar Brunorejo dalam menentukan harga ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

D. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka terdahulu, Landasan Teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan konsep perilaku pedagang yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian perilaku, pengertian pedagang dan pengertian perilaku pedagang. Sub bab yang kedua tentang etika bisnis Islam terlebih dahulu, yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian etika, pengertian bisnis, pengertian etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip- prinsip etika bisnis Islam. Sub bab kedua tentang pasar tradisional. Sub bab ketiga menjelaskan mekanisme pasar.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini metode penelitian, sifat penelitian, jenis penelitian dan metode analisa.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan penelitian pada perilaku pedagang di Pasar Brunorejo Kab. Purworejo

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis terhadap topik penelitian. Seluruh rangkaian pembahasan yang berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subjek yang bersangkutan.